

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

Agnė Stepanauskaitė

**SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO LIETUVOS ĮMONIŲ
INTERNETO SVETAINĖSE VEIKSNIŲ TYRIMAS**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė

Doc. dr. Kristina Kundelienė

KAUNAS 2016

**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS**

**SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO LIETUVOS ĮMONIŲ
INTERNETO SVETAINĖSE VEIKSNIŲ TYRIMAS**

Apskaita ir auditas (621N40002)

MAGISTRO DARBAS

Darbą atliko

(grupė, vardas, pavardė, parašas)

(data)

Vadovas

(pedagoginis vardas, mokslinis laipsnis, vardas, pavardė, parašas)

(data)

Recenzentas

(pedagoginis vardas, mokslinis laipsnis, vardas, pavardė)

(data)

KAUNAS, 2016



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

Ekonomikos ir verslo fakultetas

(Fakultetas)

Agnė Stepanauskaitė

(Studento vardas, pavardė)

Apskaita ir auditas, 621N40002

(Studijų programos pavadinimas, kodas)

Baigiamojo magistro darbo „Savanoriško informacijos atskleidimo Lietuvos įmonių interneto svetainėse veiksmų tyrimas“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

20 _____ m. _____ d.
_____ Kaunas _____

Patvirtinu, kad mano **Agnės Stepanauskaitės** baigiamasis magistro darbas tema „Savanoriško informacijos atskleidimo Lietuvos įmonių interneto svetainėse veiksmų tyrimas“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

TURINYS

ĮVADAS	9
1. SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO VEIKSNIŲ TYRIMŲ PROBLEMATIKA	11
1.1. Savanoriško informacijos atskleidimo metiniuose pranešimuose veiksnių tyrimai.....	11
1.2. Įmonių savanoriško informacijos atskleidimo internete veiksnių tyrimai.....	15
2. TEORINIAI SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO VEIKSNIŲ TYRIMO SPRENDIMAI	18
2.1. Savanoriško informacijos atskleidimo koncepcija	18
2.2. Savanoriško informacijos atskleidimo veiksniai įvairių teorijų aspektu	27
2.3. Savanoriškai pateikiamos informacijos analizės metodai informacijos atskleidimo veiksnius analizuojančioje literatūroje	36
2.4. Veiksnių ir savanoriško informacijos atskleidimo priklausomybės tyrimo metodai	40
3. LIETUVOS ĮMONIŲ SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO INTERNETO SVETAINĖSE VEIKSNIŲ TYRIMO METODIKA	43
3.1. Informacijos atskleidimo veiksnių tyrimo hipotezės	43
3.2. Savanoriško informacijos atskleidimo internete tyrimo eiga ir metodika	45
4. LIETUVOS ĮMONIŲ SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO INTERNETO SVETAINĖSE VEIKSNIŲ TYRIMO REZULTATAI	51
4.1. Imties įmonių charakteristikos ir bendroji savanoriško informacijos atskleidimo situacija.....	51
4.2. Koreliacinės analizės rezultatai ir diskusija.....	62
4.3. Tolimesnės tyrimų kryptys ir perspektyvos.....	70
IŠVADOS	72
LITERATŪRA	75
PRIEDAI	82

Paveikslų sąrašas

- 1 pav. Įmonės informacijos atskleidimo modelis (Legenzova, 2009)
- 2 pav. Konceptualus požiūris į savanorišką informacijos atskleidimą lemiančius veiksnius (Prince ir Dwivedi, 2013)
- 3 pav. Informacijos atskleidimo veiksnių modelis (sudaryta pagal Bailey, Peck, 2013)
- 4 pav. Savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių nustatymo metodikos eiliškumas ankstesniuose tyrimuose (sudaryta autorės)
- 5 pav. Savanoriško informacijos atskleidimo tyrimo Lietuvos įmonėse eiga (sudaryta autorės)
- 6 pav. Imties įmonių pasiskirstymas pagal įmonės dydį, įvertintą darbuotojų skaičiumi (sudaryta autorės)
- 7 pav. imties įmonių pasiskirstymas pagal ekonominės veiklos rūšis (EVRK2) (sudaryta autorės)
- 8 pav. Įmonių interneto svetainėse pateikiamos informacijos pasiskirstymas pagal informacijos grupes (sudaryta autorės)

Lentelių sąrašas

- 1 lentelė. Veiksniai, kurių įtaka dažniausiai analizuojama ankstesniuose metinių pranešimų tyrimuose (sudaryta autorės)
- 2 lentelė. Įmonių savanoriško informacijos atskleidimo veiksniai analizavę autoriai, tyrimų imtys ir analizuojami laikotarpiai (sudaryta autorės)
- 3 lentelė. Veiksniai, kurių įtaka dažniausiai analizuojama ankstesniuose informacijos atskleidimo internete tyrimuose (sudaryta autorės)
- 4 lentelė. Tikėtinas veiksmų poveikis savanoriškam informacijos atskleidimui pagal informacijos atskleidimui aiškinti naudojamas teorijas (sudaryta autorės)
- 5 lentelė. Akcininkų nuosavybės koncentraciją apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje (sudaryta autorės)
- 6 lentelė. Institucinių investuotojų nuosavybę ir vadovų nuosavybę apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje (sudaryta autorės)
- 7 lentelė. Įmonės dydį apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje
- 8 lentelė. Pelningumą apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje (sudaryta autorės)
- 9 lentelė. Savanoriško informacijos pateikimo indekso dedamosios mokslinėje literatūroje ir jų grupavimas (sudaryta autorės)
- 10 lentelė. Informacijos atskleidimo tyrimuose naudotų metodų derinimas (sudaryta autorės)
- 11 lentelė. Koreliacijos koeficiento reikšmės ir koreliacinio ryšio stiprumas (sudaryta pagal Kasiulevičius ir Denapienė, 2008)
- 12 lentelė. Tyrime naudotų savanoriško informacijos atskleidimo veiksniai ir jų vertinimas (sudaryta autorės)
- 13 lentelė. Įmonių atrankos savanoriško informacijos atskleidimo tyrimui eiga (sudaryta autorės)
- 14 lentelė. Imties įmonių pasiskirstymas pagal verslo formą (sudaryta autorės)
- 15 lentelė. Mažiausias, didžiausias ir vidutinis žodžių skaičius su atskiros grupės informacija (sudaryta autorės)
- 16 lentelė. Mažiausios, didžiausios ir vidutinės informacijos kiekio (VID_Z_I) ir informacijos pateikimo (SC_I) indekso reikšmės (sudaryta autorės)
- 17 lentelė. žodžių indekso (VID_Z_I) ir informacijos pateikimo indekso (SC_I) vidurkiai, mažiausios ir didžiausios reikšmės pagal skirtingus sektorius (sudaryta autorės)
- 18 lentelė. Tyrime naudotų bendrojo informacijos atskleidimo indeksų: kiekybinio indekso (VID_Z_I) ir informacijos pateikimo indekso (SC_I) koreliacinė matrica (sudaryta autorės)
- 19 lentelė. Bendrojo informacijos atskleidimo įmonių interneto svetainėse ir pajamų koreliacinė matrica
- 20 lentelė. Informacijos atskleidimo indekso ir darbuotojų skaičiaus koreliacinė matrica (sudaryta autorės)
- 21 lentelė. Socialinės atsakomybės informacijos atskleidimo interneto svetainėje ir darbuotojų skaičiaus koreliacinė matrica (sudaryta autorės)
- 22 lentelė. Informacijos atskleidimo įmonių interneto svetainėse ir pelningumo koreliacinė matrica (sudaryta autorės)
- 23 lentelė. Informacijos atskleidimo įmonių interneto svetainėse ir įmonės amžiaus koreliacinė matrica (sudaryta autorės)

Stepanauskaitė, Agnė. Research of Determinants Influencing voluntary Information Disclosure on Lithuanian Corporate Websites. Master's Final Thesis in Accounting and audit / supervisor assoc. prof. Kristina Kundelienė. Department of Accounting, the School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Social Sciences: 03 S Management and Administration

Key words: *voluntary information disclosure, corporate disclosure, internet, agency theory, signaling theory, financial information, non – financial information.*

Kaunas, 2016. 82 p.

SUMMARY

Relevance of the topic. As globalization process becomes more active, it leads to more intense movement of goods, workforce and capital changes in requirements for financial and accounting information as well as increased importance of financial and investment decision making process. It becomes increasingly important for investors, creditors, customers and other stakeholders to make effective decisions, the information which companies provide in compliance with the requirements in most cases is insufficient for effective decision-making process. For that reason, it is immensely vital to take into account the issues of voluntary corporate disclosure of financial and other information in financial reporting or other other information sources, for example the Internet. The corporate annual report has been seen as the primary source of corporate information. However, this is changing and moving towards internet reporting.

The object of research – voluntary financial and non – financial information provided by Lithuanian companies on their webpages. **The purpose of the work** is to measure the extent of voluntary disclosure on the websites of Lithuanian companies and to investigate whether there is significant association between theoretically possible determinants of voluntary disclosure and the extent of voluntary financial and non – financial information disclosure on companies' websites. **Objectives:** to give a review on research area of voluntary disclosure determinants; to highlight theoretical aspects regarding determinants of corporate voluntary disclosure and theoretical methods that can be used to analyze determinants of voluntary disclosure; to suggest methods for research of voluntary disclosure determinants on websites of Lithuanian companies; to examine voluntary disclosure practices on websites of Lithuanian companies and its relationship to from theoretical point possible determinants of voluntary disclosure. **Methods of research:** logical analysis, systematic analysis, comparative analysis of literature on the topic of voluntary disclosure determinants, content analysis using scope index analysis and quantity index approaches, correlation analysis using Spearman's rank correlation coefficient, using "IBM SPSS Statistics 21.0" statistical software.

This research consists of 4 main parts. First part covers voluntary information disclosure research problems. Second part covers theoretical finding of factors that play a role voluntary

disclosure. Third part provides information on methods of this research, indexes, that were used for this research are selected from previous authors mostly used criteria. Fourth part reviews the results of this research, gives some recommendations for further research.

Results of the work. Worldwide there is a lot of research on the topic of determinants of voluntary disclosure, but there is no consensus regarding the main determinants of voluntary disclosure. There is lack of researches that are analyzing determinants of voluntary financial and non – financial information of Lithuanian companies. Previous studies mostly have analyzed disclosure practice of listed Lithuanian companies or companies, which are known as socially responsible. This research adds to the samples of previous studies, analyses financial and other information of companies. An analysis of 92 Lithuanian company internet websites was carried out, in which the companies were chosen through random stratified sampling from a list of 1000 of the largest companies of 2014. They are classified by the amount of received earnings. Among the analysed companies, rated according to the enterprise size as determined by the number of employees, 72.8 percent belonged to small and medium sized companies.

The analysis found that a large part of the sampled companies provides general corporate and strategic group information on their websites, usually about their production, as well as, about events related to their company's work. 84 percent of the sampled companies provide information related to corporate social responsibility on their websites, most notably about their quality assurance certificates. The amount of general information exceeds information about corporate social responsibility over 15 times. The internet websites are usually used for representational purposes while withholding negative information about the companies. A correlational analysis showed that a statistically significant connection exists between a company's size (as determined by its earnings) and the company's total disclosure index (both financial and non - financial) of voluntary information. The company's total disclosure index rates the importance of the provided voluntary information criteria.

Another connection exists between received earnings and word quantity index of voluntary information disclosure. The companies with more earnings are inclined to provide a wider scope of information (a criterion of the disclosure index of voluntary information) and a larger volume of information by word count. However, there is no determined connection between the number of employees and the word quantity index, which shows that the voluntary information disclosure factor research results depend on the chosen voluntary information disclosure method and the chosen criterion to measure the factor. Furthermore, the company's profits and its age do not have any impact on the company's information disclosure because a significant connection between a company's voluntary information disclosure, the company's age and its profits was not found.

The research consists of 82 pages, 8 images, 23 tables, 19 additions.

IVADAS

Temos svarbumas. Globalizacijos procesui tampant vis spartesniam, intensyvėjant laisvam prekių, darbo ir kapitalo judėjimui, keičiasi reikalavimai finansinės ir valdymo apskaitos informacijai, didėja finansų valdymo, investicinių sprendimų priėmimo svarba. Vis svarbesnis tampa suinteresuotųjų šalių efektyvių sprendimų priėmimo klausimas, dažnai šiems sprendimams priimti privalomos pateikti informacijos nepakanka, didėja savanoriškai pateikiamos įmonės informacijos reikšmė. Įmonių veikla turi didelę reikšmę investuotojams, kreditoriams, analitikams, vartotojams ir kitoms suinteresuotosioms grupėms, kurios siekia kuo didesnio skaidrumo ir kuo tikslesnės bei laiku pateikiamos informacijos. Savanoriškas informacijos atskleidimas itin svarbus, mažinant susidariusią informacijos asimetriją, didinant įmone besidominčių asmenų pasitikėjimą.

Temos aktualumas. Pastaraisiais metais tampa vis stipresnis institucinis spaudimas įmonėms, kad būtų atskleidžiama kuo išsamesnė tikra ir teisinga apskaitos informacija. Nors griežtėja reikalavimai atskleidžiamos informacijos kokybei, tačiau didelės dalies informacijos atskleidimas įmonėms nėra privalomas, dėl to vis aktualesnis tampa įmonių savanoriško informacijos atskleidimo aspektas tiek įprastoje finansinėje atskaitomybėje, tiek ir kituose informacijos šaltiniuose, pavyzdžiui, interneto svetainėse. Internetas – tai alternatyvus finansinės informacijos šaltinis ir, anot Sommer, Klink, Senki, Hartmann, (2014), svarbus įmonės socialinės atsakomybės komunikacinis kanalas. Suinteresuotosios grupės, tokios kaip pirkėjai, potencialūs darbuotojai naudoja įmonių interneto svetaines, siekiant gauti informaciją apie įmonės socialinę veiklą. Interneto svetainės naudojimas įgalina pasiekti suinteresuotąsias grupes be tarpininkų (Carroll, 2011). Palyginus su popierinėmis ataskaitomis, informacijos pateikimas internete padidina informacijos prieinamumą ir savalaikiškumą. Egzistuoja savanoriško informacijos atskleidimo veiksmų analizės būtinybė, kadangi apsisprendimas atskleisti, ar ne, tam tikrą papildomą informaciją apie įmonę, galiausiai priklauso tik nuo jos pačios.

Temos naujumas. Nors įmonių savanoriško informacijos atskleidimo tema pasaulio mastu išanalizuota gana plačiai: informacijos atskleidimo praktiką didelėse įmonėse analizavo tokie užsienio autoriai kaip: Binh (2012), Alhazaimah, Palaniappan, Almsafir (2014), Z. Zhang ir J. Zhang (2014) ir kiti, situaciją mažose ir vidutinėse įmonėse analizavo: Ceustermans ir Breesch (2014), Kitching et. al (2011), Ceustermans ir Breesch (2013), Collis (2012). Savanoriško informacijos atskleidimo praktiką internete analizavo šie užsienio autoriai Ghasempour ir Yusof (2014), Basuony ir Mohamed (2014), Alali ir Romero (2012), Dâmaso ir Lourenço (2010), Pozniak (2015), Sommer et al. (2014).

Tačiau informacijos atskleidimo Lietuvos įmonių interneto svetainėse tyrimų atlikta nedaug. Interneto kaip erdvės, skirtos informacijos skelbimui, naudojimo tyrimai leidžia įvertinti įmonių skaidrumą bei parodo įmonių požiūrį į informacijos, svarbios suinteresuotiesiems asmenims, skelbimą (Legenzova ir Jovaišaitė, 2014). Trūksta platesnių tyrimų, analizuojančių įmonių savanoriško

informacijos atskleidimo praktiką smulkių ir vidutinių Lietuvoje veikiančių įmonių, kurios sudaro šalies ekonomikos pagrindą, interneto svetainėse, kaip viename iš informacijos šaltinių. Lietuvių autoriai daugiausiai savanorišką informacijos atskleidimą analizavo socialinės atsakomybės aspektu aktyviausiose ir didžiausiose, listinguojamose įmonėse. Įmonių socialinės informacijos pateikimo metiniame pranešime, aiškinamajame rašte ir įmonės interneto svetainėje tyrimus atliko Dagilienė ir Bruneckienė (2010); Dagilienė, Gokienė (2011), Leitonienė ir Šapkauskienė (2012) analizavo socialinės atsakomybės informacijos atskleidimą socialinės atsakomybės ataskaitose, Leitonienė ir Šapkauskienė (2015) pateikė socialinės atsakomybės kokybės vertinimą įmonių metiniuose pranešimuose ir internete. Tikslinga ištirti šiuo metu vyraujančią informacijos atskleidimo praktiką 1000 didžiausių pagal pajamas Lietuvos įmonių interneto svetainėse ir ją lemiančius veiksniai.

Tyrimo problema – kokie veiksniai lemia Lietuvoje veikiančių įmonių finansinės ir nefinansinės informacijos pateikimą jų interneto svetainėse, kaip viename iš informacijos pateikimo šaltinių?

Tyrimo objektas – Lietuvoje veikiančių įmonių savanoriškai interneto svetainėse pateikiama finansinė ir nefinansinė informacija.

Darbo tikslas – ištyrus savanoriško informacijos atskleidimo praktiką Lietuvoje veikiančių įmonių interneto svetainėse, nustatyti ar egzistuoja tiesioginė priklausomybė tarp teoriniu aspektu galinčių lemti informacijos atskleidimą veiksnių ir įmonių tiek finansinės, tiek nefinansinės informacijos savanoriško atskleidimo.

Darbo tikslui pasiekti, iškelti šie **uždaviniai**:

- Pateikti įmonių savanorišką informacijos atskleidimą lemiančių veiksnių tyrimų problematikos apžvalgą.
- Įvardinti savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių tyrimo teorinius sprendimus: įvardinti informacijos atskleidimo veiksnių analizei naudojamas teorijas, veiksnių poveikį įvairių teorijų aspektu, savanoriško informacijos atskleidimo ir veiksnių priklausomybės tyrimo būdus mokslinėje literatūroje.
- Pateikti metodiką Lietuvoje veikiančių įmonių savanoriško informacijos atskleidimo interneto svetainėse veiksnių tyrimui.
- Ištirti savanoriško informacijos atskleidimo praktiką Lietuvoje veikiančių įmonių interneto svetainėse ir jos ryšį su teoriniu aspektu savanorišką informacijos atskleidimą galinčiais lemti veiksniais.

Tyrimo metodai: loginė, sisteminė ir lyginamoji literatūros savanoriško informacijos atskleidimo tema analizė, turinio analizė, atlikta panaudojant informacijos atskleidimo indekso metodus, koreliacinė analizė, naudojant Spirmeno ranginės koreliacijos koeficientą, koreliacinei analizei naudota SPSS statistinės analizės programa.

1. SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO VEIKSNIŲ TYRIMŲ PROBLEMATIKA

Anot Prince ir Dwivedi (2013), tyrimai, susiję su informacijos atskleidimu, gali būti suskirstyti į dvi dideles grupes pagal tyrimo pobūdį: savanoriško informacijos atskleidimo įtakos įmonės veiklos rezultatams, kuriuos apibūdina įmonės augimas, pelningumas arba rinkos vertė, analizė ir veiksmų, lemiančių savanorišką informacijos atskleidimą tyrimai. Tokiais veiksniais gali būti įmonės finansinės arba įmonės valdymo charakteristikos. Be šių dviejų grupių taip pat galima išskirti ir apžvalginius, savanoriško informacijos atskleidimo vertės suinteresuotosioms šalims tyrimus, pavyzdžiui, Alfaraih ir Alanezi (2011) analizavo savanoriškos apskaitos informacijos pateikimo svarbą investuotojų požiūriu. Binh (2012) atliko savanoriškai pateikiamos informacijos reikšmės finansų analitikams ir finansų vadybininkams skirtumą analizę.

Pasak Prince ir Dwivedi (2013) pirmajai grupei priskiriami tyrimai pateikė galutines, argumentuotas išvadas dėl savanoriško informacijos atskleidimo poveikio veiklos rezultatams. Tuo tarpu, kalbant apie informacijos atskleidimo veiksmų nustatymo tyrimus, iki šiol nėra prieita vieningos nuomonės dėl veiksmų, lemiančių savanorišką informacijos atskleidimą.

Dėl šios priežasties nemažėja mokslininkų susidomėjimas informacijos atskleidimo veiksmų nustatymo problema naujausioje savanorišką informacijos atskleidimą įmonėse nagrinėjančioje pasaulinėje mokslinėje literatūroje. Tokie autoriai kaip Alfaraih ir Alanezi (2011), Bhayani (2012), Haji ir Ghazali (2013), Mangla (2015), Akhavan ir Shirvanian (2015), analizavo savanoriško informacijos atskleidimo veiksmus besivystančių Azijos bei Afrikos šalių akcijų biržose. Kiti autoriai, tokie kaip Broberg, Tagesson, Collin (2010), Barac (2012), Gisbert, Navallas (2013), Feres de Almeida ir Rodrigues (2015), nagrinėjo savanorišką informacijos atskleidimą lemiančius veiksmus Švedijos, Kroatijos, Ispanijos akcijų biržose listinguojamose įmonėse. Dėl informacijos atskleidimo reglamentavimo skirtumų, savanoriško informacijos atskleidimo problematika tyrimai atliekami atskirai bankiniame sektoriuje. Atskirai vykdomi tyrimai mažose ir vidutinėse įmonėse. Sekančiame skyriuje pateikiama savanoriškos informacijos atskleidimo veiksmus įmonių metiniuose pranešimuose ir interneto svetainėse analizavusių tyrimų problematika, rodanti savanoriško informacijos pateikimo tyrimų Lietuvoje ir pasaulyje tendencijas ir tai, kokioms problemoms reikėtų skirti daugiau dėmesio tyrimuose Lietuvos mastu.

1.1. Savanoriško informacijos atskleidimo metiniuose pranešimuose veiksmų tyrimai

Empiriniai savanoriško informacijos atskleidimo veiksmų tyrimai turi ilgametę istoriją, kuri prasidėjo su 1983 m. Verrecchia tyrimais ir buvo tęsiama daugelio vėlesnių studijų, analizavusių

įvairių įmonės charakteristikų ir kitų veiksnių įtaką informacijos atskleidimui, įskaitant įmonės dydį, išleidžiamų akcijų tipą, įmonės finansinį svertą, įmonės administracinę struktūrą.

Nemaža dalis ankstesnių įmonių tyrimų, pvz.: Gabteni (2014), Albitar (2015), Soliman (2013), Kilic, Uyar, Bayyurt (2013), Basuony ir Mohamed (2014), Ahmadi (2014), Broberg et al. (2010), Ibrahim (2014), Bhayani (2012) ir kt., analizavo bendrą savanorišką informacijos atskleidimą metiniuose pranešimuose ir jį lemiančius veiksnius, darant prielaidą, kad visų grupių informacijos savanorišką atskleidimą lemia tie patys veiksniai. Dažniausiai informacijos atskleidimo veiksnių problemai analizuoti pasirenkami 1 lentelėje pateikiami galimi informacijos atskleidimo veiksniai.

1 lentelė. Veiksniai, kurių įtaka dažniausiai analizuojama ankstesniuose metinių pranešimų tyrimuose (sudaryta autorės)

Veiksny	Autoriai, analizavę veiksnio poveikį
Įmonės dydis	Bruslerie ir Gabteni (2014), Albitar (2015), Soliman (2013), Kilic et al. (2013), Nilehn (2014), Chakroun ir Matoussi (2012), Ghasempour ir Yusof (2014), Basuony ir Mohamed (2014), Ahmadi (2014), Akhavan ir Shirvanian (2015), Feres de Almeida ir Rodrigues (2015), Broberg et al. (2010), Ibrahim (2014), Bhayani (2012), Haji ir Ghazali (2013), Ho ir Taylor (2013).
Finansinis svertas	Bruslerie ir Gabteni (2014), Albitar (2015), Kilic et al. (2013), Ghasempour ir Yusof (2014), Basuony ir Mohamed (2014), Ahmadi (2014), Akhavan ir Shirvanian (2015), Broberg et al. (2010), Bhayani (2012), Ho ir Taylor (2013).
Pelningumas	Albitar (2015), Soliman (2013), Kilic et al. (2013), Nilehn (2014), Basuony ir Mohamed (2014), Ahmadi (2014), Broberg et al. (2010), Ibrahim (2014), Bhayani (2012).
Akcininkų nuosavybės koncentracija	Bruslerie ir Gabteni (2014), Albitar (2015), Nilehn (2014), Chakroun ir Matoussi (2012), Ghasempour ir Yusof (2014), Ahmadi (2014), Akhavan ir Shirvanian (2015), Broberg et al. (2010), Ibrahim (2014), Bhayani (2012), Ho ir Taylor (2013), Gisbert, Navallas (2013).
Institucinių investuotojų nuosavybė	Bruslerie ir Gabteni (2014), Kilic et al. (2013), Chakroun ir Matoussi (2012), Ahmadi (2014).
Vadovų nuosavybė	Chakroun ir Matoussi (2012), Akhavan ir Shirvanian (2015), Broberg et al. (2010).
Audituojanti įmonė	Albitar (2015), Soliman (2013), Chakroun ir Matoussi (2012), Basuony, Mohamed (2014), Akhavan ir Shirvanian (2015), Bhayani (2012), Gisbert, Navallas (2013).
Įmonės amžius	Albitar (2015), Soliman (2013), Chakroun ir Matoussi (2012), Bhayani (2012).
Analitikų skaičius	Bruslerie ir Gabteni (2014), Feres de Almeida ir Rodrigues (2015)
Valdybos dydis	Albitar (2015), Chakroun ir Matoussi (2012), Akhavan ir Shirvanian (2015), Gisbert, Navallas (2013).
Augimo galimybių vertinimas (M/B).	Akhavan ir Shirvanian (2015), Ibrahim (2014).
Veiklos sritis	Albitar (2015), Basuony ir Mohamed (2014), Broberg et al. (2010), Ibrahim (2014), Ho ir Taylor (2013).
Listingavimo laikotarpis	Albitar (2015), Broberg et al. (2010), Ibrahim (2014), Bhayani (2012).

Šie tyrimai pateikė skirtingus rezultatus apie veiksnių, tokių kaip įmonės dydis, amžius ar įmonės pelningumas poveikį įmonės informacijos atskleidimui (žr. 1 pried.), kas rodo, kad informacijos atskleidimo praktika ir informacijos atskleidimo veiksniai skirtingose šalyse ir vertinant skirtingas situacijas nėra vienodi. Toliau pateikiami įvairių tyrimų, atliktų analizuojant informacijos pateikimo metiniuose pranešimuose veiksnius, rezultatai ir ankstesniuose tyrimuose informacijos atskleidimui aiškinti naudotų veiksnių apibendrinta lentelė.

Mangla (2015) atlikdamas tyrimą analizavo Indijos 50 Nifty listinguojamų įmonių. Tyrimas parodė, kad egzistavo reikšmingas ryšys, savanoriškai atskleidžiant informaciją, tarp skirtingų informacijos atskleidimo dedamųjų, pramonės šakų ir įmonių. Nustatyta, kad įmonės, susijusios su energetikos sektoriumi, turėjo didžiausią informacijos atskleidimo įvertinimą. Ahmadi (2014) tyrime buvo analizuojama nuosavybės struktūros įtaka įmonės savanoriškam informacijos atskleidimui Tunise. Nustatyta, kad savanoriško informacijos atskleidimo lygis neigiamai reikšmingai susijęs su šeimos nuosavybe ir teigiamai susijęs su institucinių investuotojų dalimi ir įmonės veiklos rezultatais. Almeida ir Rodrigues (2015) analizavo San Paulo akcijų biržoje veikiančias įmones, FTAS įvedimo poveikį savanoriškam informacijos atskleidimui. TFAS įvedimo laikotarpiu padidėjo visų rūšių informacijos atskleidimo indeksai. Ibrahim (2014) analizavo 100 didžiausių Nigerijos įmonių. Tyrimo rezultatai rodo, kad įmonės dydis ir veiklos sektorius turi teigiamą ryšį su savanoriškos informacijos atskleidimu. Neigiamas ryšys nustatytas tarp įmonės amžiaus, augimo, investicijų gražos, nuosavybės struktūros ir savanoriško segmentų informacijos atskleidimo. Bhayani (2012) tyrė 100 Indijos nefinansiniame sektoriuje veikiančių įmonių, nustatyta, kad informacijos atskleidimą lemia įmonės listingavimo statusas, nuosavybės struktūra, finansinis svertas, audituojančios įmonės dydis, įmonės dydis, pelningumas. Įmonės, turinčios daugiau turto, didesnę pelningumą, didesnę finansinį svertą, listinguojamos užsienio rinkose, turinčios mažesnę holdingų savininkų dalį, audituojamos didelių audito įmonių, atskleidžia daugiau informacijos, yra skaidresnės. Ho ir Taylor (2013) analizavo Malaizijos akcijų biržoje veikiančias įmones. Tyrimu siekta išanalizuoti vadovybės ir valdybos skirtumų poveikį savanoriškam informacijos atskleidimui. Nustatyta, kad įmonės valdymo struktūra stipriai veikia įmonės savanorišką strateginės, finansinės, į ateitį orientuotos ir įmonės socialinės atsakomybės informacijos atskleidimą.

Haji ir Ghazali (2013), analizavusių Malaizijos įmonių informacijos atskleidimą metiniuose pranešimuose, tyrimo rezultatai rodo, kad įmonės valdybos dydis - reikšmingas kintamasis lemiantis įmonės savanoriško informacijos atskleidimo kokybę (5 proc. reikšmingumo lygmuo), įmonės dydis ir finansinis svertas, kaip kontroliniai kintamieji taip pat reikšmingi (1 ir 10 proc. reikšmingumo lygis) savanoriškam informacijos atskleidimui. Supaprastintas informacijos atskleidimo modelis rodo, kad nuosavybės struktūra reikšminga savanoriško informacijos atskleidimo kokybei.

Nilehn (2014) atliko Švedijos listinguojamų įmonių savanoriškos informacijos tyrimą. Rezultatai parodė, kad didesnės įmonės atskleidžia didesniu mastu informaciją apie įmonės strategiją, įmonės viziją, įmonės organizacinės struktūros pokyčių priežastis, taip pat tyrimų ir plėtros veiklas ir strategijas, nei mažos įmonės. Mažesnės įmonės, turinčios ribotą akcininkų kiekį, gali nenorėti atskleisti papildomos informacijos, kadangi mažos įmonės gali matyti didesnius tokios veiklos kaštus nei naudą. 2 lentelėje pateikiami įmonių savanoriško informacijos atskleidimo veiksniai analizavę autoriai, tyrimų imtys ir analizuoti laikotarpiai.

2 lentelė. Įmonių savanoriško informacijos atskleidimo veiksnius analizavę autoriai, tyrimų imtys ir analizuojami laikotarpiai (sudaryta autorės)

Metai	Autoriai	Laikotarpis	Šalys
2009	Broberg et al.	2002 - 2005	Tyrimas paremtas Stokholmo akcijų biržoje veikiančių įmonių 431 metinių pranešimų analize. Finansinis sektorius nebuvo įtrauktas į analizę.
2011	Alfaraih, Alanezi	2007	119 (iš 179) Kuveito akcijų biržoje (KSE) veikiančių įmonių. Informacija gaunama iš įmonių metinių pranešimų.
2012	Bhayani	2008 - 2009	100 Indijos nefinansiniame sektoriuje veikiančių įmonių. Atrinkta 81 įmonė.
2012	Barać	2011	162 Kroatijos Zagrebo akcijų biržoje listinguojamos įmonės. Naudojama metinių pranešimų informacija.
2012	Binh	2009	Vietnamo akcijų birža. 2009 m. šioje biržoje veikė 457 įmonės.
2013	Haji ir Ghazali	2009	76 Šariatą atitinkančių (islamo teisės aktai) Malaizijos įmonių informacijos atskleidimas metiniuose pranešimuose.
2013	Ho ir Taylor	2006	Malaizijos akcijų biržoje veikiančios įmonės.
2013	Gisbert, Navallas	2005	Ispanijos Madrido akcijų biržoje listinguojamos 62 nefinansinės įmonės.
2014	Ahmadi	2009 - 2011	29 Tuniso akcijų biržoje veikiančios įmonės, išskyrus finansiniame sektoriuje veikiančias įmones.
2014	Ibrahim	2011	100 didžiausių Nigerijos listinguojamos (NSE) įmonės.
2014	Belgacem ir Omri	2000 - 2008	20 Tuniso įmonių, priklausančių skirtingiems sektoriams.
2015	Mangla	2009 - 2014	Indijos 50 Nifty listinguojamų įmonių.
2015	Akhavan ir Shirvanian	2006	177 Teherano akcijų biržoje veikiančios įmonės.
2015	Almeida Rodrigues	2006 - 2013	San Paulo akcijų biržoje veikiančios įmonės.
2015	Ghorbani, Salehi, Rostami, Kazemi	2009 - 2013	Tyrime dalyvavo 80 įmonių, listinguojamų Teherano akcijų biržoje.

Kiti autoriai mokslinėje literatūroje, dėl galimų atskirų informacijos grupių atskleidimą lemiančių veiksnių skirtumų, visą įmonių savanoriškai pateikiamą informaciją (tiek metiniuose pranešimuose, tiek ir kituose šaltiniuose) neretai suskirsto į atskiras informacijos grupes, analizuojama tik vienos tam tikros grupės savanoriškai pateikiama informacija. Pagal informacijos tipus: strateginė, finansinė, į ateitį orientuota, socialinė, informacija apie akcijų kainas ir kt. Nilehn (2014) analizavo strateginės informacijos pateikimą metiniuose pranešimuose, Barać (2011) siekė nustatyti informacijos apie pinigų srautus pateikimo priežastis. Tuo tarpu Legenzova (2008) analizavo finansinės informacijos pateikimą lemiančius veiksnus. Kaip matyti 1 priede, skirtingų informacijos grupių pateikimą analizavę autoriai savo tyrimais nustatė prieštarigus rezultatus.

Atsižvelgiant į tai, kad savanoriškai atskleidžiama informacija dažnai yra susijusi su ekonominiais, socialiniais, aplinkosauginiais įmonių veiklos aspektais, kurie geriau žinomi kaip įmonių socialinės atsakomybės elementai, nemažas skaičius autorių analizavo socialinės atsakomybės informacijos atskleidimą lemiančius veiksnus. Tokių tyrimų vykdyta ir Lietuvoje, pavyzdžiui, Dagilienė (2010), analizavo socialinės atsakomybės atskleidimo praktiką Lietuvos nacionalinio socialiai atsakingo verslo tinklo bendrovių metiniuose pranešimuose.

Kalbant apie analizuojamą informacijos atskleidimo laikotarpį, kai kuriais atvejais, nagrinėjant įmonių patiekiamus metinius pranešimus vertinamas 3, 5, ar 10 m. laikotarpis (Broberg et al., 2010;

Ahmadi, 2014; Belgacem ir Omri, 2014), kitais atvejais analizuojama tik vienerių metų situacija (Barac, 2012; Binh, 2012; Haji ir Ghazali, 2013; Ibrahim, 2011) (žr. 2 lent.). Vienerių metų informaciją analizuojantys kai kurie autoriai remiasi Botosan (1997) teiginiais, kad įmonių informacijos atskleidimo strategija bėgant laikui keičiasi nežymiai.

Tam, kad būtų galima palyginti informacijos atskleidimo veiksnių tyrimo problematikas skirtinguose įmonės informacijos šaltiniuose, sekančiame skyriuje pateikiami probleminiai klausimai ir tyrimų kryptys, susijusios su informacijos atskleidimo veiksnių analize interneto svetainėse.

1.2. Įmonių savanoriško informacijos atskleidimo internete veiksnių tyrimai

Įmonės, pateikdamos informaciją internetiniuose tinklapiuose realiu laiku gali efektyviai valdyti patiriamus kaštus, išspręsti su informacija, atstumu ir laiku juostomis susijusias problemas ir interneto svetainės gali būti naudojamos kaip centralizuota vieta, pateikti aukštos kokybės produktus. Nepaisant informacijos atskleidimo internete teigiamų aspektų įmonės veiklai, egzistuoja dideli skirtumai, kalbant apie pateikiamos informacijos rūšis ir mastą.

Ankstesni tyrimai, kuriais buvo analizuojamas informacijos atskleidimas internete, gali būti skirstomi į dvi grupes: aprašomojo pobūdžio (pavyzdžiui Legenzovos ir Jovaišaitės (2014) pačių didžiausių 100 Lietuvos tyrimas korporatyvinio skaidrumo aspektu), analitiniai, t. y., tokie, kuriais siekiama nustatyti atskleidžiamos informacijos charakteristikas ir tyrimai, kuriuose vertinami priešastiniai ryšiai tarp informacijos atskleidimo ir informacijos atskleidimą lemiančių veiksnių (Pozniak, 2015; Dâmaso ir Lourenço, 2010; Ghasempour ir Yusof, 2014; Basuony ir Mohamed, 2014) arba ryšiai tarp savanoriško informacijos atskleidimo ir pasekmių įmonėms arba rinkai, pavyzdžiui Feleagă ir Dragomir (2012).

3 lentelėje pateikiami veiksniai, kurių įtaka įmonės savanoriškam informacijos atskleidimui buvo dažniausiai analizuojama ankstesnėje informacijos atskleidimo internete literatūroje. Informacijos atskleidimo veiksniai, pasirenkami informacijos atskleidimo analizei metiniuose pranešimuose ir interneto svetainėse dažniausiai sutampa. Autoriai, kaip ir metinių pranešimų analizės atveju, analizuodami informacijos atskleidimą, analizei pasirinkdavo arba visą įmonės informacijos atskleidimą internete (tiek finansinės, tiek ir nefinansinės informacijos), pavyzdžiui, Ghasempour ir Yusof (2014), Hossain, Momin, Leo (2012), Siala, Sellami, Fendri (2014), Alali ir Romero (2012), arba tik finansinės informacijos savanorišką atskleidimą internete (Basuony ir Mohamed, 2014; Pozniak, 2015; Barac, Granic, Vuko, 2014, Dâmaso ir Lourenço, 2010) arba socialinės informacijos pateikimą (Gamerschlag, Möller, Verbeeten, 2010; Juhmani, 2014). Šių tyrimų rezultatai prieštaringi (žr. 1 pried.). Vieni autoriai nustatė reikšmingą ryšį tarp informacijos atskleidimo ir tam tikrų įmonės charakteristikų, pavyzdžiui, pelningumo Gamerschlag et al. (2010), Siala et al. (2014), kiti autoriai tokio ryšio nenustatė. Taigi, kaip ir metinių pranešimų analizės atveju, informacijos atskleidimo

interneto svetainėse tyrimų rezultatai, vertinant informacijos atskleidimo veiksnių įtaką, nesutampa. Nėra bendrai sutarta dėl informacijos atskleidimą lemiančių veiksnių ir vertinimo metodų taikymo.

3 lentelė. Veiksniai, kurių įtaka dažniausiai analizuojama ankstesniuose informacijos atskleidimo internete tyrimuose (sudaryta autorės)

Veiksny	Autoriai, analizavę veiksnio poveikį
Įmonės dydis	Basuony ir Mohamed (2014); Pozniak (2015); Barac, Garac, Granic ir Vuko (2014); Juhmani (2014); Ghasempour ir Yusof (2014); Hossain et al. (2012); Dagilienė ir Bruneckienė (2010)
Pelningumas	Pozniak (2015); Gamerschlag et al. (2010); Juhmani (2014); Siala et al. (2014); Ghasempour ir Yusof (2014); Hossain et al. (2012); Alali ir Romero (2012)
Įmonės amžius	Ghasaleh, Qasim, Roberts (2012); Juhmani (2014); Hossain et al. (2012)
Įmonės nuosavybės koncentracija	Dâmaso ir Lourenço, 2010; Gamerschlag et al. (2010); Siala et al. (2014); Ghasempour ir Yusof (2014)
Finansinis vertas	Dâmaso ir Lourenço, 2010; Juhmani (2014); Siala et al. (2014); Alali ir Romero (2012)
Audituojanti įmonė	Juhmani (2014)
Veiklos sritis	Dâmaso ir Lourenço (2010); Gamerschlag et al. (2010); Alali ir Romero (2012); Dagilienė ir Bruneckienė (2010), Leitonienė ir Šapkauskienė (2012)
Įmonės likvidumas	Hossain et al. (2012)

Informacijos atskleidimas internete buvo analizuojamas ne vien listinguojamose, bet ir nelistinguojamose įmonėse (Bozcuk, Aslan, Arzova, 2011), vertinant finansinės informacijos atskleidimą interneto svetainėse. Taip pat ne vien listinguojamos, bet ir įmonės, kurių akcijomis neprekiuojama viešai, buvo analizuojamos Barac et al. (2014) ir metinių pranešimų analizės atveju.

Atlikus Lietuvos autorių literatūros analizę, buvo rasta tik keletas autorių, analizavusių informacijos atskleidimą internete: Legenzova ir Jovaišaitė (2014), analizavo finansinės ir nefinansinės informacijos atskleidimą, korporatyvinio skaidrumo aspektu, tačiau neakcentavo informacijos savanoriškumo, kadangi skaidrumas atliktame tyrime buvo įvardijamas kaip privalomos ir savanoriškos informacijos pateikimas, neanalizuojant savanoriško informacijos pateikimo atskirai. Rudžionienė ir Petraškaitė (2014), analizavo įmonių socialinės atsakomybės informacijos pateikimą internete. Tiek vieno, tiek ir kito tyrimo atveju įmonių pateikiamos informacijos analizė buvo tik bendro pobūdžio, identifikuojant, yra ar nėra tam tikros rūšies informacijos, neįvertinant informacijos atskleidimo lygio ir kiekybinio aspekto, t. y., kiek informacijos pateikiama tam tikrais struktūriniais vienetais (sakiniais, žodžiais ir kt.). Leitonienė ir Šapkauskienė (2015) vertino pateikiamos interneto svetainėse ir metiniuose pranešimuose socialinės atsakomybės informacijos kokybę pasitelkę 15 kriterijų kategorinę 0 – 2 skalę.

Anot Legenzovos ir Jovaišaitės (2014), populiariausiu ankstesnių informacijos atskleidimo internete tyrimų objektu galima laikyti savanorišką finansinės informacijos atskleidimą. Tarp lietuvių autorių su finansinės informacijos savanorišku atskleidimu susijusius tyrimus finansinėje atskaitomybėje vykdė Legenzova (2008), Dagilienė (2009). Iki šiol nėra pakankamai plačiai išanalizuoti savanoriškos informacijos atskleidimo skirtinguose informacijos šaltiniuose, pavyzdžiui interneto puslapiuose veiksniai.

Basuony ir Mohamed (2014), analizavo 266 Tadawul akcijų biržoje ir Muscat akcijų biržose kotiruojamas įmones. Tyrimas prisidėjo prie internetinio finansinės informacijos atskleidimo praktikos vidurio rytuose Tadawul ir MSM biržose. Pateikiamos įžvalgos, naudingos visoms suinteresuotosioms įmonės atskaitomybe grupėms. Rezultatai rodo, kad didelės įmonės atskleidžia daugiau finansinės informacijos, siekiant sumažinti informacijos asimetriją ir sumažinti patiriamus agento kaštus.

Atsižvelgiant į tai, kad informacijos pateikiamas skirtinguose įmonės šaltiniuose, skiriasi, tyrimuose atskirai analizei buvo pasirenkami įvairūs informacijos šaltiniai: įmonių socialinės ataskaitos, metiniai pranešimai, įmonių internetinės svetainės. Savanoriško informacijos atskleidimo praktiką internete analizavo šie užsienio autoriai Ghasempour ir Yusof (2014), Basuony ir Mohamed (2014), Alali ir Romero (2012), Dâmaso ir Lourenço (2010), Pozniak (2015). Įmonių metiniai pranešimai išlieka pagrindiniu įmonių pateikiamos informacijos šaltiniu, tačiau interneto svetainių bei socialinių tinklų reikšmė tampa kaip niekad svarbi, kadangi įmonių ir investuotojų ryšiai, pasitelkiant internetinius tinklapius, suteikia įmonėms galimybę tinkamai reprezentuoti suinteresuotosioms grupėms įmonėje dirbančias vadybininkų komandas, egzistuojančias veiklas, gaminamus produktus, leidžia pasidalinti įmonės finansinės veiklos rezultatais, įmonės vadovybės sprendimais, pagrindinėmis bendruomenės iniciatyvomis plačiam investuotojų ratui.

Šiandienos ekonomikos ir verslo kontekste be privalomų reikalavimų, skirtų įmonių valdymui, vis svarbesni tampa neprivalomi aspektai, rekomendacijos. Svarbu išsiaiškinti kodėl įmonės pateikia vieną ar kitą informaciją interneto svetainėse ir informacijos pateikimą internete sąlygojančius veiksnius. Ši analizė reikalinga, kadangi padeda atskleisti įmonių požiūrį į veiklos skaidrumą ir kartu į jų vartotojus, kreditorius, investuotojus bei kitas suinteresuotąsias grupes. Sekančiame skyriuje pateikiami savanoriško informacijos atskleidimo veiksnų teoriniai sprendimo būdai.

Taigi, prieštaringi tyrimų rezultatai, vertinant veiksnų poveikį, rodo egzistuojančią būtinybę atlikti detalesnius įvairių šalių, tame tarpe ir Lietuvos įmonių tyrimus. Lietuvos mastu trūksta tyrimų, kuriuose būtų analizuojamas įvairesniais charakteristikomis pasižyminčių įmonių socialinės atsakomybės informacijos internete pateikimo ir į ateitį orientuotos įmonių informacijos pateikimo veiksniai (pavyzdžiui, prognozių pateikimas listinguojamoms įmonėms internete nėra privalomas, tačiau svarbu pateikti informaciją apie prognozių įgyvendinimą). Užsienio autorių pavyzdžiu (Borolla, Larrán, López, 2005), svarbu atlikti tyrimus, kuriais būtų siekiama nustatyti savanorišką informacijos atskleidimą mažose ir vidutinėse įmonėse lemiančius veiksnius arba informacijos atskleidimo veiksnius atskiruose savo reglamentavimu išsiskiriančiuose sektoriuose, tokiuose kaip bankinis arba viešasis sektorius. Tokie tyrimai reikalingi, kadangi jų rezultatai suteiks papildomų įžvalgų apie savanoriško informacijos atskleidimo praktiką skirtingų veiklos rūšių ir dydžių, atskleis įmonių požiūrį į suinteresuotąsias grupes, tuo tarpu suinteresuotosioms grupėms ir visuomenei gali padėti spręsti apie įmonių skaidrumą ir kartu mažinti informacijos asimetriją.

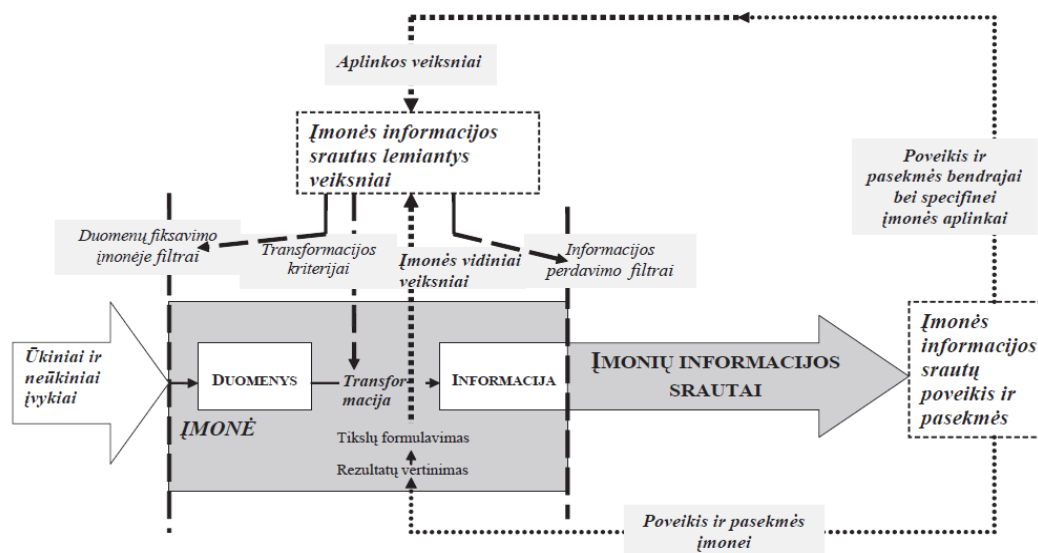
2. TEORINIAI SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO VEIKSNIŲ TYRIMO SPRENDIMAI

Tradicinė finansinė atskaitomybė tolsta nuo suinteresuotųjų šalių poreikių ir lūkesčių, atliekant investicinius sprendimus. Atskaitomybės praktika naudojama kaip valdymo kokybės užtikrinimo priemonė. Suinteresuotosios grupės siekia skatinti informacijos atskleidimo praktiką, kuri įgalina pasiekti informaciją, esančią už siaurų finansinių ataskaitų ribų (Tian ir Chen, 2009; Omran ir El-Galfy, 2014), kadangi nepilna įmonių informacija kuria neužtikrintumą tarp suinteresuotųjų grupių. Nedidelis informacijos atskleidimas kelia investuotojų ir kreditorių jaučiamą rizikos lygį, ir jie reikalauja aukštesnės palūkanų normos už įdarbintą kapitalą (Madhani, 2010). Kadangi aukštesnė palūkanų norma reiškia aukštesnius kapitalo kaštus įmonei, tai lemia mažesnę akcijų kainą (Eugster, 2014). Savanoriškas informacijos atskleidimas padidina investuotojų supratimą ir pasitikėjimą, sumažina nežinomybę dėl pajamų iš kapitalo, siekiama sumažinti išorinius įmonės kaštus ir pakelti įmonės vertę. Informacijos atskleidimo praktika sumažina aukštų mokesčių riziką, bylinėjimosi ir per griežto reguliavimo tikimybę (Nermeen ir Shehata, 2013). Atsižvelgiant į savanoriško informacijos atskleidimo svarbą, šiame skyriuje aptariama savanoriško informacijos atskleidimo koncepcija, pagrindinės savanorišką informacijos atskleidimą analizuojančios teorijos, savanorišką informacijos atskleidimą skatinantys ir ribojantys veiksniai, savanoriško informacijos atskleidimo koncepciniai modeliai, nurodantys pagrindinius informacijos atskleidimo veiksnius ir šių veiksmių grupavimą.

2. 1. Savanoriško informacijos atskleidimo koncepcija

Pasak Ghasempour ir Yusof (2014), informacijos atskleidimas, paprasta ir bendrąja prasme, yra apibrėžiamas kaip perdavimas ir pristatymas ekonominės informacijos, susijusios su finansiniu įmonės statusu ir įmonės veiklos rezultatais, tiek finansiniais, tiek ir nefinansiniais, kiekybine ar kitomis formomis. Jei informacijos atskleidimas yra privalomas dėl tam tikrų teisinių priežasčių, toks informacijos atskleidimas vadinamas privalomuoju informacijos atskleidimu, jei informacijos atskleidimas nėra reikalaujamas pagal jokią teisinį reglamentavimą, jis laikomas savanorišku informacijos atskleidimu. Be to, informacijos atskleidimu turima omenyje, kad atskleidžiant nedidelį kiekį informacijos, ji gali pasitarnauti informacijos vartotojams, nustatant su įmone susijusias rizikas ir įmonės vertę.

Legenzova (2009), siūlo informacijos atskleidimo modelį, pateiktą 1 paveiksle. Anot autorės, įmonės informacijos atskleidimą galima apibrėžti kaip įmonėje vykstantį procesą, kuris apjungia įmonės duomenų transformavimą į informaciją, veiksmių, lemiančių atskleidimą vertinimą (tiek vidinių, tiek ir išorinių) bei informacijos atskleidimo įtakos (pasekmių) įmonei ir aplinkai vertinimą.



1 pav. Įmonės informacijos atskleidimo modelis (Legenzova, 2009)

Savanoriškas informacijos atskleidimas – įmonės informacijos, esančios už finansinės apskaitos reikalavimų, tokių kaip bendrai priimti apskaitos principai ir vertybinių popierių biržos taisyklės, atskleidimas. Pastaraisiais metais įmonės savanoriškos informacijos atskleidimas pritraukia vis daugiau dėmesio. Įmonės gali atskleisti informaciją, esančią už įstatymų, reguliavimo ribų, įvairioms veikloms, įskaitant ir santykius su investuotojais (Z. Zhang ir J. Zhang, 2014). Anot Nermeen ir Shehata (2013), savanoriškas informacijos atskleidimas gali įtraukti ir informaciją, kurią rekomenduoja atskleisti autoritetingas asmuo.

Savanoriškas informacijos atskleidimas ir pateikiamos informacijos skaidrumas – kertiniai aspektai, galintys apsaugoti suinteresuotųjų šalių teises. Greta savanoriško informacijos atskleidimo, Madhani (2010) ir Kitching et al. (2011) akcentuoja ir skaidrumo sąvoką. Skaidrumas – tai savalaikis ir adekvatus įmonės veiklos ir finansinių rezultatų atskleidimas, įmonės valdymo praktika susijusi su nuosavybės teisėmis, valdyba, valdymo struktūra ir procesais. Informacijos atskleidimo praktika finansinėse ataskaitose kelia investuotojų pasitikėjimą ir užtikrintumą (Madhani, 2010). Savanorišką informacijos atskleidimą finansinėse ataskaitose analizavo: Guay, Samuels, Taylor (2015), Madhani (2007). Finansinės informacijos savanoriško atskleidimo tematika rašė tokie autoriai kaip Bruslerie ir Gabteni (2010), Legenzova (2008).

Anot Madhani (2010), savanoriškas informacijos atskleidimas leidžia pažvelgti iš arčiau į įmonės vidinę struktūrą ir įmonės vidaus politiką. Įmonių savanoriškai atskleidžiama informacija pateikiama tokiomis formomis: prognozuojamų pajamų pranešimai, konferenciniai skambučiai, spaudos pranešimai, pristatymai, informacija įmonės tinklapiuose ir kt.

Vien tik privalomas įmonių apskaitos informacijos atskleidimas nebegali pilnai patenkinti visų suinteresuotųjų grupių poreikių (Koonce, Seybert, Smith, 2011; Uyar et al., 2013). Priešingai, nei privalomas informacijos atskleidimas, savanoriškai pateikiama informacija gali pagerinti įmonės

atskleidžiamos informacijos kokybę, taigi pritraukti vis daugiau visuomenės ir investuotojų dėmesio (Z. Zhang ir J. Zhang, 2014, Nermeen ir Shehata 2013). Savanoriškai pateikiama informacija papildo privalomą pateikti informaciją. Vienas informacijos tipas negali pakeisti kito, dėl to abiejų tipų informacija yra reikalinga ir svarbi. Anot Z. Zhang ir J. Zhang (2014), savanoriškai atskleidžiant informaciją, viena vertus patobulinama ir pagilinama privaloma atskleisti apskaitos informacija, kita vertus, akcentuojamas įmonės konkurencingumas, pateikiama informacija platesnė ir sukurta informacinė sistema leidžia aiškiau parodyti įmonės gaunamą pelningumą ir turimą ateities potencialą. Kaip teigia Madhani (2010) atskleidus nepakankamai informacijos, toks elgesys suinteresuotosioms grupėms gali pasirodyti įtartinas ir neetiškas bei lemti menką įmonės vertinimą.

Privalomas ir savanoriškas apskaitos informacijos pateikimas iš pirmo žvilgsnio atrodo prieštaringi, tačiau iš esmės šie du informacijos pateikimo būdai tarpusavyje susiję. Svarbu aptarti egzistuojantį ryšį tarp privalomos pateikti ir savanoriškai pateikiamos informacijos.

Pasak Z. Zhang ir J. Zhang (2014), informacija gali būti konvertuojama iš savanoriškos į privalomą. Savanoriška ir privaloma apskaitos informacija gali būti paverčiama iš vieno informacijos tipo į kitą. Visų pirma, dėl skirtingos kultūrinės ir teisinės aplinkos, ta pati informacija, kuri vienoje šalyse turi būti atskleista privalomai, kitose šalyse gali būti neprivaloma ir įmonės gali ją atskleisti savanoriškai. Pavyzdžiui, informacija apie darbuotojus privaloma pateikti Anglijoje ir Australijoje, tuo tarpu kitose Europos šalyse – tai informacija, kurią įmonės gali atskleisti savo noru. Apskaitos informacija, kuri šiuo metu yra savanoriška, gali dėl politinių, socialinių ir ekonominių priežasčių tapti privaloma informacija ateityje ir atvirksčiai. Privaloma ir savanoriškai pateikiama informacija turi būti nuosekli, atsižvelgiant į informacijos atskleidimo tikslą ir reikalavimus.

Anot Ghasempour ir Yusof (2014), savanoriškas informacijos atskleidimas (dažniausiai nepinigine išraiška) – tai efektyvus ir veiksmingas informacijos šaltinis suinteresuotosioms grupėms.

Svarbu smulkiau aptarti pagrindinius įmonės atskleidžiamos informacijos šaltinius. Įmonės informacija gali būti pateikiama per įvairias savanoriškas komunikacines priemones, tokias kaip žurnalai, interneto svetainės, laikraščiai, spaudos pranešimai, brokerių pranešimai, laiškai akcininkams, analitikų prezentacijos, darbuotojų ataskaitos, tarpinės ataskaitos, metiniai pranešimai. Nepaisant to, anot Nermeen ir Shehata (2013), daugumai informacijos naudotojų besivystančiose ir išsivysčiusiose šalyse, metiniai pranešimai vis dar laikomi svarbiausiu, dažniausiai naudojamu ir didžiausiu informacijos šaltiniu tarp visų kitų informacijos šaltinių.

Pasak Nermeen ir Shehata (2013), metiniai pranešimai teikia esminę viešą informaciją, tuo tarpu kitos ataskaitos ir įmonės internetiniai puslapiai teikia papildomą informaciją. Zhang ir J. Zhang (2014) priskiria finansines ataskaitas, metinius pranešimus, dalines finansines ataskaitas pirmajam savanoriškos informacijos šaltiniui. Metiniai pranešimai pripažįstami vieninteliu formaliu informacijos šaltiniu daugelyje besivystančių šalių, net jei suinteresuotosios šalys ir turi galimybę gauti tiesioginę

informaciją kontaktuojant su įmonių vadovybe. Metiniai pranešimai taip pat teikia pastovią informaciją ir yra prieinami viešai peržiūrai. Reikia paminėti, kad yra asmenų, kurie kritikuoja metinius pranešimus ir teigia, jog metiniai pranešimai nepateikia racionalaus vaizdo apie įmonės ateitį, jie daugiau naudojami reklamos ir viešųjų ryšių užmezgimo tikslais, o ne tam, kad padėtų suinteresuotosioms šalims priimti tinkamus sprendimus.

Antrasis informacijos gavimo būdas anot Zhang ir J. Zhang (2014) – bendravimas su tarpininkais rinkoje (brokeriai, makleriai). Tokio pobūdžio komunikacija – tam tikra prasme privati. Įprastai, po nuolatinių ataskaitų, išleistų, ar dalinai pavišintų įmonės, tarpininkų (maklerių), institucinių investuotojų ir specializuotų vertybinių popierių analitikų prašoma suteikti platesnę informaciją apie finansinių ataskaitų turinį ir investavimo galimybes.

Trečias informacijos kanalas: įmonės leidžia ataskaitas, kuriomis atskleidžiama informacija apie konkurencingumą, aplinkos apsaugą ir socialinę atsakomybę. Šio pobūdžio savanoriškai atskleidžiamą informaciją lengva gauti, taip pat lengvai gaunamas savalaikis atsakas iš rinkos (Z. Zhang ir J. Zhang, 2014). Skaidrumas svarbus ne vien finansinėse ataskaitose, Dagilienė, Leitonienė, Grencikova (2014) analizavo didėjančią skaidrumo svarbą socialinėse įmonės ataskaitose. Mastas, kuriuo savanoriškas informacijos atskleidimas sumažina informacijos asimetriją, priklauso nuo informacijos naudingumo laipsnio. Savanoriškai atskleista informacija sumažina informacijos asimetriją tik tuo atveju, jei įmonės atskleidžiama informacija yra naudinga. Svarbu aptarti penkias pagrindines savybes, įvardinančios informacijos naudingumą: aktualumas, tikrumas, palyginamumas, savalaikiškumas ir suprantamumas.

Z. Zhang ir J. Zhang (2014) ir Nermeen ir Shehata (2013) pateikia rekomendacijas savanoriškam informacijos atskleidimui:

- **Tikrumo (autentiškumo) principas.** Tikrumo (autentiškumo) principai reiškia, kad įmonės turėtų būti sąžiningos, atliekant informacijos atskleidimą tiek pagal reguliavimą, tiek ir savanoriškai atskleidžiant informaciją. Informacija turi tiesioginį poveikį investuotojų ir kitų suinteresuotųjų šalių priimamiems sprendimams. Visų pirma, įmonės turėtų suteikti savanorišką informaciją, stengiantis jos nenuvertinti ir ne pervertinti.
- **Informacijos užbaigtumo principas.** Užbaigtumo principas reiškia, kad visa informacija, kuri paveikia investuotojų sprendimus turi būti atskleista, be sąmoningo informacijos nuslėpimo arba praleidimo. Savanoriška informacija turi būti išbaigta tiek turinio, tiek ir formato atžvilgiu: visų pirma, informacijos turinys turi būti išbaigtas, be sąmoningo informacijos nuslėpimo ar praleidimo. Informacijos pateikimo metodas ir informacijos atskleidimo kalba turi būti aiški ir suprantama. Informacija turi būti atskleidžiama masinio informavimo priemonėmis.
- **Savalaikiškumo principas.** Savalaikiškumo principas reiškia, kad įmonės turi atskleisti savo apskaitos informaciją savanoriškai ir kiek galima greičiau. Kai valdymo ir finansinė situacija

pasikeičia, įmonė privalo kuo greičiau informuoti apie pokyčių detales investuotojus ir kitas suinteresuotąsias grupes. Šis principas – tai tęstinis įsipareigojimas, laikotarpiu nuo vertybinių popierių išleidimo iki organizacijos egzistavimo pabaigos, kad informacija investuotojams turi būti pateikiama realiu laiku ir kad suinteresuotosios grupės galėtų priimti racionalius sprendimus, atsižvelgiant į naujausią informaciją.

- **Palyginamumas.** Tam, kad informacija būtų naudinga, informacija turi būti palyginama, ją turi pavykti palyginti įmonės viduje ir tarp atskirų įmonių.
- **Suprantamumas.** Informacija vartotojui turi būti pateikta taip, kad jis ją galėtų lengvai suprasti. Kitais žodžiais tariant, pristatyti numerius neužtenka, paaiškinimai ar skaičiavimo metodų pateikimas taip pat reikalingas.

Nermeen ir Shehata (2013), būtina laikytis aukščiau išvardintų savanoriškos apskaitos informacijos atskleidimo principų ir siekti pagerinti informacijos atskleidimo kokybę, investuotojams suteikti geresnę prieigą prie tikslesnės informacijos, kad jie galėtų priimti tinkamesnius sprendimus. Įmonės vadovybės veiklos efektyvumą atspindi įmonės finansiniai rezultatai ir veiklos vystymosi scenarijus, ir be to apskaitos informacija, kuri yra atskleidžiama. Vadovybės vaidmenį, kalbant apie savanorišką informacijos atskleidimą, analizavo: Einhorn ir Ziv (2011). Tik esant efektyviai įmonės valdymo sistemai suinteresuotosios šalys gali gauti maksimalų pelną iš bendradarbiavimo su įmonės vadovybe ir sukurti realią paklausą įmonės pateikiamoms finansinėms ataskaitoms. Mokslinėje literatūroje buvo teigiama, kad vadovai turėtų savanoriškai atskleisti informaciją, kuri galėtų patenkinti skirtingų suinteresuotųjų šalių poreikius. Savanoriškas informacijos atskleidimas turi suinteresuotosioms šalims suteikti aiškų vaizdą apie ilgalaikį įmonės veiklos stabilumą ir sumažinti informacijos asimetriją ir agento problemas tarp vadovų ir investuotojų (Nermeen ir Shehata, 2013). Nepaisant to, Einhorn ir Ziv (2012) teigia, kad savanoriškas informacijos atskleidimas išliks priklausomas nuo vadybininkų neobjektyvaus ir šališko informacijos atrinkimo.

Esamu laikotarpiu, firmos pripažįsta, kad egzistuoja daug stimulų, palaikyti aukštus informacijos atskleidimo standartus ir vengti netikėtumų. Svarbiausi savanoriškos informacijos pateikimo ir viešųjų ryšių palaikymo privalumai (Madhani, 2010):

- Padidėjęs įmonės patikimumas;
- Išaugęs ilgalaikių investuotojų skaičius;
- Padidėjęs įmonės likvidumas;
- Padidėjęs įmonės apyvartumas;
- Sumažėjęs *bid - ask* spreadas;
- Didesnis analitikų sekamumas;
- Galimybė sumažinti kapitalo kaštus;
- Pagerėję santykiai su investuotojų bendruomene;
- Aukštesnės akcijų kainos.

Anot Madhani (2010), padidėjęs įmonės patikimumas be abejonės yra didžiausias informacijos atskleidimo privalumas. Tai neabejotinai būtina sąlyga kitų savanoriško informacijos atskleidimo privalumų atsiradimui. Jei įmonės valdymas patikimas, rinkos dalyviai sutiks paremti įmonės

veiksmus, net jei kaštai, patirti atliekant šiuos veiksmus, sumažins įmonės gaunamas pajamas trumpuoju laikotarpiu. Paspirtėjęs savanoriškas informacijos atskleidimas sumažina informacijos asimetriją tarp įmonės vadovų ir investuotojų, kas savo ruožtu pagerina įmonės akcijų likvidumą. Padidėjęs akcijų likvidumas turėtų akcijas paversti labiau patraukliomis investuotojams ir lemti didesnę analitikų susidomėjimą (*angl. analyst following*), visi anksčiau įvardinti privalumai lemia žemesnius kapitalo kaštus. Įmonės šiandien vertinamos pagal vykdomą jų informacijos atskleidimo politiką. Jos gali sustiprinti savo turimas informacijos atskleidimo sistemas, bendradarbiaujant su suinteresuotomis šalimis, įsteigiant informacijos atskleidimo komitetus.

Kalbant apie savanoriško informacijos atskleidimo trūkumus, anot Madhani (2010), Marinovic ir Varas (2014), vienas iš pagrindinių atvejų, savanoriškai atskleidžiant informaciją – konkurentų pasinaudojimas jautria ir kritine įmonės informacija. Dėl šios priežasties įmonėms svarbu įvertinti kaštus, susijusius su konkurencinės padėties kitimu.

Remiantis egzistuojančia literatūra, priežastys, lemiančios savanorišką informacijos atskleidimą, buvo surinktos ankstesnių autorių, tokių kaip Collis (2012), Chakroun ir Matoussi (2012), Ceustermans ir Breesch (2013), Soliman (2013). Ankstesniuose tyrimuose tvirtinama, kad veiksniai, paveikiantys vadovų sprendimus, atskleisti savanoriškai informaciją gali būti padalinti į motyvuojančius ir ribojančius. Savanorišką informacijos atskleidimą skatinantys veiksniai apima kapitalo rinkos sandorių/informacijos asimetriją, įmonės kontrolę, įmonės akcijų kainos kompensaciją, padidėjusį investuotojų susidomėjimą, vadybinio talento atskleidimą ir privalomo informacijos atskleidimo ribotumą. Savanorišką informacijos atskleidimą ribojantys veiksniai: nuosavybės (savininko) kaštai, agento kaštai ir politiniai kaštai, savanoriško atskleidimo precedentai praeityje. Remiantis Collis (2012), skirtumai, apibūdinantys šalis (kultūra, nuosavybės struktūra ir teisinė sistema) galimai veikia šalyje vyraujančias apskaitos tradicijas ir įmonių elgseną, susijusią su informacijos atskleidimu.

Nermeen ir Shehata (2013) taip plačiau charakterizuoja šešis pagrindinius savanoriško informacijos atskleidimo veiksnius:

- **Kapitalo rinkos sandorių/informacijos asimetrija.** Kai įmonės vadovai nori pritraukti daugiau kapitalo, padidinant turimą skolintą kapitalą arba išleidžiant naujų akcijų, turi būti sumažinta informacijos asimetrija tarp vadovų ir išorėje esančių investuotojų poreikių. Savanoriškas informacijos atskleidimas gali padėti pasiekti tikslą, kad informacijos asimetrija būtų sumažinta savanoriškai atskleidžiant informaciją suinteresuotosioms grupėms (Ceustermans ir Breesch, 2014).
- **Privalomo informacijos atskleidimo ribotumas.** Egzistuojanti teisinė aplinka ir privalomas informacijos atskleidimas negarantuoja investuotojų poreikių patenkinimo, kadangi, daugeliu atvejų, vadovai siekia atskleisti kuo mažiau informacijos, kuri padeda investuotojams sprendimų priėmimo procese.

- **Įmonės kontrolė.** Įmonės nuvertinimo galimybė – tai dar viena priežastis savanoriškai atskleisti informaciją, tam, kad būtų galima sumažinti tokią galimybę. Ypač tuomet, kai nedidelės pajamos ir akcijų kainos gali sukelti darbo netekimo riziką, pavyzdžiui, mažos akcijų kainos gali būti siejamos su įmonės apyvarta. Dėl šios priežasties, savanoriškas informacijos atskleidimas gali būti naudojamas, kaip įmonės kontrolės išlaikymo priemonė, tam, kad būtų galima paaiškinti įmonės veiklos rezultatus ir sumažinti įmonės akcijų nuvertinimo galimybę (Nermeen ir Shehata, 2013).
- **Akcijų kainos kompensacija.** Vadovai motyvuojami su akcijų kainomis pagrįstais kompensaciniais planais, tokiais kaip teisių pripažinimas ir dotacijų skyrimas ir kitos motyvacinės priemonės, lemiančios didesnę informacijos atskleidimą. Dvi priežastys, pateisinančios tokį vadovų motyvavimą: visų pirma, vadovai turi stimulą sumažinti kontrolės kaštus, sietinus su akcijų kainos kompensacija naujiems darbuotojams, kai šie elgiasi pagal egzistuojančių suinteresuotų šalių poreikius. Taip pat, kadangi vadovai siekia parduoti savo įmonės akcijas, jie suinteresuoti atskleisti privačią informaciją, kad būtų patenkinami esami prekybos apribojimai ir taip pat išvengiama įmonės akcijų nuvertėjimo lūkesčių, dar prieš akcijų pasirinkimo sandorių premijos išnykimą (Nermeen ir Shehata, 2013, Z. Zhang ir J. Zhang, 2014).
- **Vadybinio talento atskleidimas.** Investuotojų požiūris į vadovo sugebėjimą nuspėti įmonės ekonominės aplinkos pokyčius ir atsakyti į juos – vienas iš esamos įmonės rinkos vertės veiksnių. Taigi, gabūs vadovai savanoriškai atskleidžia informaciją, susijusią su prognozuojamomis įmonės pajamomis, tam, kad galėtų parodyti savo turimus sugebėjimus (Nermeen ir Shehata, 2013).
- **Padidėjęs finansų analitikų susidomėjimas.**

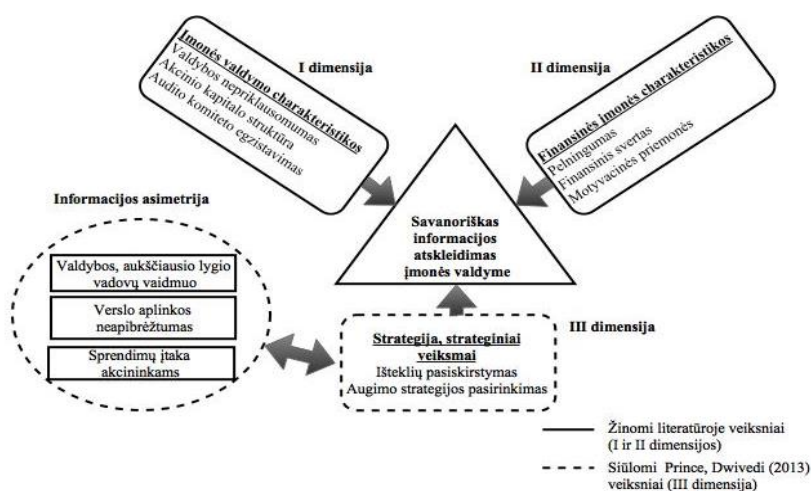
Veiksniai, kurie riboja arba trukdo vadovų pasirinkimui savanoriškai atskleisti informaciją (Nermeen ir Shehata, 2013):

- **Informacijos atskleidimo precedentas.** Savanoriško informacijos atskleidimo precedento nustatymas reiškia, kad vadovai stengsis laikytis tokio paties savanoriško informacijos atskleidimo šablono, nors tai gali būti sudėtinga įgyvendinti. Be to, rinka tikėtis, kad įmonė tęs anksčiau vykdytą savanoriškos informacijos atskleidimą ir teiks informaciją nepaisant to, ar atskleidžiama informacija gera, ar bloga. Tai vadovus skatins sumažinti atskleidžiamos informacijos kiekį.
- **Agento kaštai.** Agento atvejis – tai viena iš savanoriško informacijos atskleidimo sumažėjimo priežasčių. Vadovai siekia atitraukti potencialių akcininkų ar kreditorių dėmesį ir galimą kontrolę nuo ne tokių svarbių faktų apie įmonę, tokių kaip karjeros galimybės įmonėje arba įmonės turimas įvaizdis. Tai viena iš priežasčių, ribojančių savanorišką informacijos atskleidimą.
- **Nuosavybės kaštai.**
- **Politiniai kaštai.** Bendrai kalbant, vadovai stengiasi neatskleisti informacijos, kurią kontrolės institucijos gali panaudoti prieš juos. Politiniai kaštai priklauso nuo įmonės dydžio. Didelės įmonės, kurių gaunami pelnai dideli, siekia sumažinti savanoriškai atskleidžiamos informacijos

kiekį, tam, kad netaptų politinių atakų auka, pavyzdžiui, nacionalizavimo subjektu arba sumažinti laukiamą dėmesį, kurį gali sukelti didelis įmonės gaunamas pelnas. Pajamų mokestis taip pat priklauso prie įmonės politinių kaštų, kurie stipriai priklauso nuo įmonės atskleidžiamo pelno. Kuo aukštesnis įmonės atskleidžiamas pelnas, tuo didesnius mokesčius įmonei gali tekti mokėti (didesni politiniai kaštai).

- **Bylinėjimosi kaštai.** Bylinėjimosi kaštai gali būti suprantami kaip paskata sumažinti įmonės atskleidžiamos informacijos kiekį arba atlikti priverstinį informacijos atskleidimą. Viena vertus, vadovai skatinami savanoriškai atskleisti informaciją ne tam, kad taptų teisinių veiksmų subjektu dėl to, kad įmonė netinkamai arba ne laiku atskleidžia informaciją. Be to, vadovai rūpinasi atskleidžiama informacija apie įmonę, ypač kai atskleidžiamos blogos naujienos apie įmonę, rūpinamasi atskleidžiama informacija tam, kad būtų sumažinta teisinių įvykių tikimybė. Kita vertus, įmonių savanoriškai atskleidžiamų ateities pajamų prognozių sumažinimas – tai teisinio reguliavimo rezultatas, ypač, kai vadovai susiduria su rizika, kad gali būti nubausti dėl pateikiamų prognozių. Pastaraisiais metais atlikti tyrimai skirti nagrinėti informacijos atskleidimo trūkumus, pavyzdžiui, Marinovic ir Varas (2014) nagrinėjo teisinį informacijos atskleidimo aspektą, kai informacijos atskleidimas priveda prie bylinėjimosi.

Atlikdami savanorišką informacijos atskleidimą lemiančių veiksnių tyrimą, skirtingi autoriai įvardina nemažą kiekį informacijos atskleidimą galimai lemiančių veiksnių, šiuos veiksnius apibendrintai pateikdami koncepciniuose modeliuose, pavyzdžiui, Prince ir Dwivedi (2013) savo tyrime išskiria įmonės finansines įmonės charakteristikas, įmonės valdymo charakteristikas kaip veiksnius galinčius lemti informacijos atskleidimą ir tvirtina, kad galima savanoriško informacijos atskleidimo priežastimi gali būti tam tikri įmonės strateginiai sprendimai (žr. 2 pav.).

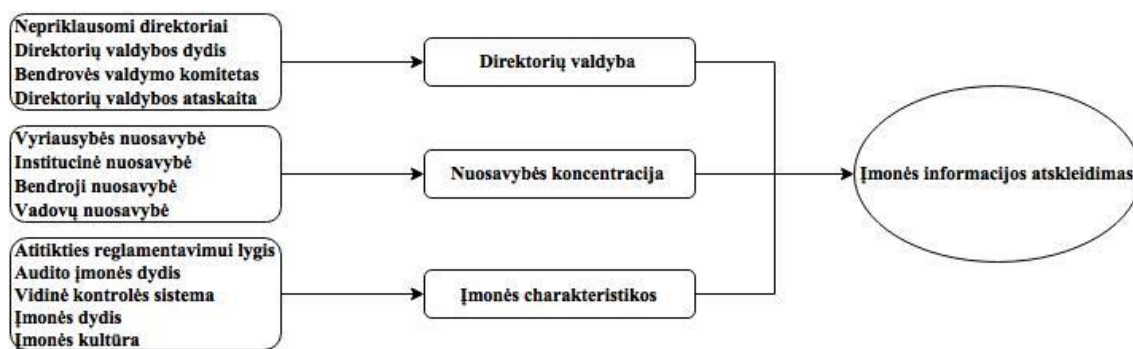


2 pav. Konceptualus požiūris į savanorišką informacijos atskleidimą lemiančius veiksnius (Prince ir Dwivedi, 2013)

Autoriai pateikia konceptualų požiūrį į savanorišką informacijos atskleidimą lemiančius veiksnius. Identifikuojami pagrindiniai organizaciniai vienetai ir asmenys, priimančys strateginius

sprendimus. Teigiama, kad savanorišką informacijos atskleidimą lemia jų unikalios ir išskirtinės savybės, prisiimami vaidmenys įmonėje ir veiklos, kurios didžiąja dalimi yra nežinomos kitoms įmonės suinteresuotosioms grupėms.

Tuo tarpu Bailey ir Peck (2013) pateiktame informacijos atskleidimo įmonėse modelyje informacijos atskleidimą lemiantys veiksniai suskirstyti į tris grupes, apibūdinančias įmonės valdymą, direktorių valdybos sandarą, nuosavybės koncentraciją ir įmonės charakteristikas (3 pav.), šiame modelyje nėra įvertinta strateginių įmonės sprendimų įtaka.



3 pav. Informacijos atskleidimo veiksnių modelis (sudaryta pagal Bailey, Peck, 2013)

Taigi, egzistuojantis skirtumas tarp informacijos, kurią įmonės pasiruošusios atskleisti ir informacijos, kurią investuotojai norėtų gauti gali būti aiškinamas įvairiai. Ne visus veiksnius, galimai darančius įtaką informacijos atskleidimui galima įvertinti, kadangi didelės dalies informacijos ir sprendimų priėmimo aplinkybių įmonės neatskleidžia. Tačiau investuotojai ir kitos suinteresuotosios šalys reikalauja laiku pateiktos, naudingos, patikimos ir pilnos informacijos, kad galėtų įvertinti valdymo kokybę ir priimti geresnius ekonominius sprendimus, dėl to svarbu, naudojantis viešai prieinama informacija analizuoti veiksnius, lemiančius informacijos atskleidimą įvairiuose informacijos šaltiniuose. Apibendrinant galima teigti, kad įmonės veiklos skaidrumas ir savanoriškas informacijos atskleidimas reprezentuoja vieną iš svarbiausių įmonės valdymo aspektų, o savanoriškai pateikiama informacija – tai bet kokia papildomai atskleista informacija, kaip priedas prie privalomos pateikti informacijos, tačiau ne mažiau svarbi ir reikšminga, nei privaloma pateikti informacija, suteikianti naudos investuotojams, kreditoriams ir kitoms įmonės suinteresuotosioms grupėms. Šią informaciją galima gauti iš įvairių įmonės šaltinių: metinių pranešimų, įvairių ataskaitų, pristatymų, interneto svetainių. Pagrindinis informacijos atskleidimo privalumas – padidėjęs įmonės patikimumas suinteresuotųjų asmenų akyse. Vienas didžiausių trūkumų – galimybė, kad konkurentai pasinaudos atskleista informacija. Sekančiame skyriuje pateikiama informacijos atskleidimo veiksnių sąsaja su savanoriškam informacijos atskleidimui analizuoti taikomomis ekonominėmis teorijomis.

2.2. Savanoriško informacijos atskleidimo veiksniai įvairių teorijų aspektu

Užsienio literatūros analizė parodė, kad įvairios teorijos gali būti tarpusavyje derinamos aiškinant savanoriško informacijos atskleidimo veiksnius. Pavyzdžiui, Broberg, Tagesson, Collin (2009), nagrinėdami informacijos atskleidimo ypatumus, vadovavosi agento teorija, signaline teorija ir kapitalo kaštų teorija, taip pat autoriai mini tokias teorijas kaip suinteresuotųjų grupių teorija, teisėtumo teorija ir institucinė teorija, kurios gali būti naudojamos informacijos atskleidimui analizuoti.

Keturios teorijos informacijos atskleidimo veiksnius identifikuoti siekiančioje literatūroje sutinkamos itin dažnai, jos apima agento teoriją (*angl. agency theory*), signalinę (*angl. signalling theory*) teoriją, kapitalo poreikio (*angl. capital need theory*) ir teisėtumo teoriją (*angl. legitimacy theory*), kiti autoriai išskiria kaip dažniausiai naudojamą ir suinteresuotųjų grupių teoriją (*angl. stakeholder theory*) (Kilic et al., 2013).

Agento teorija. Pasak Nermeen ir Shehata (2013), santykių su agentu atsiradimas gali būti apibūdinamas sandoriu, pagal kurį, vienas ar daugiau asmenų laiduoja kitam asmeniui (agentui) atlikti tam tikras paslaugas jų vardu, kas taip pat reiškia sprendimų priėmimo teisės perleidimą agento pareigybei.

Taigi, atsiradę agento ryšiai lemia informacijos asimetrijos problemą, kuri reiškia, kad vadovai gali prieiti prie geresnės informacijos, nei suinteresuotosios šalys ir investuotojai. Informacijos asimetrija leidžia vadovams vykdyti veiklas, kurios gali kelti grėsmę įmonės veiklos rezultatams, gali reikšti akcininkų ir kartu vadovų gerovės praradimą, kuris apibrėžiamas agento kaštais. Šie kaštai Omran ir El – Galfy (2014) teigimu, atsiranda, kadangi agentas ir atstovaujамasis asmuo turi skirtingus poreikius.

Ceutermins ir Breesch (2014) teigia, kad įmonės, susiduriančios su agento ir informacijos asimetrijos problema, linkusios savanoriškai atskleisti informaciją, tokiu būdu išoriniai vartotojai įtikinami, kad vadovų veikla yra efektyvi ir taip sumažinami agento kaštai (Nermeen ir Shehata, 2013).

Kaip teigia Z. Zhang ir J. Zhang (2014), agento problemą siekiama sumažinti bandant įdiegti optimalią kontraktų (sutarčių) sistemą, kompensacinius susitarimus, kurie padėtų suderinti verslininkų interesus su investuotojų poreikiais. Dar vienas būdų spręsti informacijos problemas – direktorių tarybos narių dalyvavimas įmonėje, kai dalyvaujama ne tik nepriklausomai nuo valdybos, bet ir stebint įmonės valdymą. Tai potencialus sprendimas, sprendžiant agento problemą. Kitas sprendimas – informacijos tarpininkų, tokių kaip finansų analitikai, kurie būtų įtraukiami į atvirą įmonės turimų išteklių panaudojimą egzistavimas. Įmonės finansinės atskaitomybės reguliavimo pakeitimas, kai informacija nukreipiama į investuotojus, turinčius minimalų kiekį informacijos, gali palengvinti efektyvų investicinių sprendimų priėmimą.

Toliau pateikiami agento teorija grindžiami veiksniai, galimai lemiantys savanorišką informacijos atskleidimą.

- *Įmonės dydis.* Agento kaštai didėja, augant išorinio kapitalo dydžiui, o didesnė išorinio kapitalo dalis finansavimo struktūroje dažniausiai būna didelėse įmonėse. Atskleisdami daugiau informacijos, vadovai gali sumažinti informacijos asimetriją ir kapitalo kaštus. Taigi galimai egzistuoja teigiamas ryšys tarp įmonės dydžio ir informacijos atskleidimo (Broberg et al., 2010, Zadeh, Eskandari, 2012).
- *Valdybos dydis.* Padidėjusi vadovų priežiūra gali turėti teigiamą įtaką įmonės informacijos atskleidimui (Al-Bassam et al., 2015).
- *Veiklos sektorius.* Įmonės, veikiančios griežtai reguliuojamame sektoriuje, motyvuojamos atskleisti daugiau informacijos, siekdamos sumažinti agento kaštus, susijusius su įstatymų laikymusi (Broberg et al., 2010).
- *Įmonės nuosavybės koncentracija.* Didelio kiekio akcijų koncentracija vienoje rankose gali sumažinti agento problemą ir pagerinti įmonės finansinius rezultatus, sumažinti informacijos atskleidimo poreikį (Al-Bassam et al., 2015). Agento kaštai auga didėjant atskirčiai tarp teisių į nuosavybę ir kontrolės interesų skirtumo tarp agentų ir savininkų. Informacijos atskleidimas gali būti vienas iš būdų vadovams parodyti įmonės savininkams, kad jie veikia savininkų labui. Įmonėse, su centruotu valdymu, pagrindiniai savininkai daugiausiai turi prieigą prie visos reikalingos informacijos. Konfliktas tarp agentų ir savininkų taip pat oportunistinis vadovų elgesys turi didesnę tikimybę atsirasti įmonėse su daug savininkų ir maža savininkų dalimi. Atitinkamai iš tokių įmonių reikalaujama atskleisti daugiau informacijos, nei iš įmonių su centruota nuosavybe (Broberg et al., 2010).
- *Finansinis svertas.* Agento teorija tvirtina, kad įmonės finansinės informacijos mastas turėtų didėti, kai įmonės finansinis svertas didėja. Kaip teigia Juhmani (2014), socialinės ir finansinės informacijos atskleidimas turi panašius atskleidimą lemiančius veiksnius, dėl to panašaus ryšio galima tikėtis ir kalbant apie socialinės informacijos atskleidimą. Teikdamos daugiau informacijos įmonės gali sumažinti investuotojų ir kreditorių neuztikrintumą ir sumažinti agento kaštus. Tačiau egzistuoja ir priešinga nuomonė, kad įsiskolinusi įmonė yra griežčiau stebima ir skolos veikia kaip kontrolės mechanizmas, dėl šios priežasties sumažėja poreikis teikti informaciją suinteresuotosioms šalims, siekiant užtikrinti, kad vadovai elgiasi tinkamai (Broberg et al., 2010).
- *Audito įmonės dydis.* Audito įmonė atlieka svarbų vaidmenį įmonės stebėjime, sprendžiant agento konfliktus moderniose įmonėse, dėl to, kad didesnės įmonės turi daugiau patirties ir žinių, ankstesniuose tyrimuose buvo keliamos hipotezės, kad įmonės audituojamos didesnių audito įmonių, atskleidžia daugiau informacijos.
- *Analitikų skaičius.* Finansų analitikų buvimas padeda išspręsti agento problemą, kadangi jie analizuoja vadovų sprendimus, susijusius su įmonės turimų resursų panaudojimu.

- *Pelningumas*. Iš agento teorijos perspektyvos, kai įmonės pelningumas aukštas, vadovai siekia perduoti detalias žinias įmonės akcininkams, siekiant sudaryti ar palaikyti gerą įmonės įvaizdį, užtikrinti stabilumą ir poziciją darbe, įskaitant ir algos lygį, dėti pastangas, tam, kad būtų daroma pažanga. Tačiau, kai pelningumas žemas, jie linkę slėpti informaciją apie nuostolius ar pelno sumažėjimą (Albitar, 2015).
- *Likvidumas*. Agento teorija tvirtina, kad įmonės, turinčios mažesnę likvidumą, atskleidžia daugiau informacijos, siekiant sumažinti konfliktą tarp įmonės akcininkų ir kreditorių (Albitar, 2015).

Signalinė teorija. Nors signalinė teorija buvo sukurta išaiškinti informacijos asimetriją darbo rinkoje, tačiau ši teorija taip pat naudojama aiškinant informacijos atskleidimą įmonės finansinėje atskaitomybėje. Šios teorijos požiūriu, savanoriškas informacijos atskleidimas – tai informacijos atskleidimo atvejis, kai įmonės stengiasi pateikti daugiau informacijos, nei reikalaujama teisiniais arba kitais reguliaciniais nurodymais, tam, kad įmonė galėtų pagerinti savo turimą įvaizdį (Nermeen, Shehata, 2013; Ceutermans, Breesch, 2014). Remiantis signaline teorija, savanoriškas informacijos atskleidimas – tai būdas įmonėms išsiskirti iš kitų savo veiklos rezultatais ir kokybe, parodyti, jog tam tikra įmonė geresnė nei kitos esančios rinkoj, pritraukti daugiau potencialių investuotojų ar pagerinti turimą reputaciją rinkoje.

Signaline teorija gali būti grindžiami tokie veiksniai, galimai lemiantys savanorišką informacijos atskleidimą:

- *Pelningumas*. Pelningos įmonės atskleidžia daugiau informacijos, siekdamos išskirti save iš mažesnę pelningumą turinčių įmonių, siekdamos sustiprinti savo poziciją rinkoje (Broberg et al., 2010).
- *Likvidumas*. Signalinė teorija tvirtina, kad įmonės, turinčios aukštesnius likvidumo rodiklius, atskleidžia daugiau informacijos savanoriškai. Tam, kad galėtų išsiskirti iš įmonių, kurios kenčia nuo mažo likvidumo.

Teisėtumo teorija. Pasak Ceutermans ir Breesch (2014), teisėtumo teorija tvirtina, kad įmonė gali egzistuoti tik tuomet, kai jos buvimas atitinka su visuomenės, kurioje ji veikia, normomis. Kadangi apskaitos tikslas – teikti vartotojams informaciją, kuri galėtų būti panaudojama sprendimų priėmimui, t. y., patenkinti socialinius poreikius, teisėtumo teorija buvo palapsniui integruojama į apskaitos studijas. Remiantis šia idėja, teisėtumo teorija panašėja į socialinį sandorį tarp įmonės ir visuomenės.

Pasak Nermeen ir Shehata (2013), kadangi teisėtumo teorija paremta visuomenės lūkesčiais, vadovybė priversta atskleisti informaciją, kuri gali pakeisti išorinių asmenų nuomonę ir suvokimą apie įmonę. Pavyzdžiui, kalbant apie socialinės informacijos atskleidimą, teisėtumo teorija teigia, kad

įmonės pateikia ataskaitas, siekdamas valdyti suinteresuotųjų narių spaudimą dėl socialinių ir aplinkosaugos problemų (Leitonienė ir Šapkauskienė, 2012).

Teisėtumas gali būti atskleidžiamas tiek per privalomą atskleidimą (pvz.: informacija, pateikiama finansinėse ataskaitose dėl egzistuojančių reikalavimų), tiek ir per savanoriškai pateikiamą informaciją (pvz.: kitose finansinių ataskaitų vietose).

Toliau pateikiami teisėtumo teorija grindžiami veiksniai, lemiantys savanorišką informacijos atskleidimą.

- *Įmonės dydis.* Anot Juhmani (2014), didelės įmonės, ypač „jautriosė“ pramonės šakose, yra labiau pastebimos visuomenės ir jos dažnai patiria daugiau teisinių apribojimų nei mažos įmonės. Pagal teisėtumo teoriją, įmonės egzistavimas priklauso nuo to, kaip visuomenė, kurioje ji veikia, priima įmonę. Tokios įmonės galimai atskleidžia daugiau informacijos, siekdamas pasirūpinti savo reputacija, nei mažos įmonės.
- *Valdybos dydis.* Remiantis teisėtumo teorija, didesnis valdybos dydis asocijuojasi su didesniu įmonės teisėtumu ir galimai lemia didesnę savanorišką informacijos atskleidimą (Al-Bassam et al., 2015).
- *Įmonės pelningumas.* Visuomenės lūkesčių nepateisinimas grėstų įmonės veiklos rezultatams ir išlikimui. Dėl to pelningesnės įmonės galimai pateikia daugiau savanoriškos informacijos nei nepelningos, pvz.: socialinės informacijos (Juhmani, 2014). Tačiau tyrimų rezultatai nėra vieningi.
- *Įmonės nuosavybės koncentracija.* Kai didelį įmonės akcijų kiekį valdo nedidelis skaičius akcininkų, egzistuoja mažesnis įmonės noras atskleisti informacijos kitoms suinteresuotosioms grupėms, nei esant didesniai skaičiui mažesnių akcininkų. Priešingai, didelis akcininkų skaičius reikštų, kad reikalinga didesnė įmonės veiklos priežiūra, kuri gali būti geriau vykdoma padidinus įmonės informacijos atskleidimą (Al – Bassam et al., 2015).
- *Sektorius.* Pasak Broberg et al. (2010), remiantis teisėtumo, signaline ir institucine teorijomis, ryšys tarp veiklos sektoriaus ir informacijos atskleidimo gali būti paaiškinamas savanoriška „gera praktika“ ir rinkos etalonu.
- *Įmonės amžius.* Įmonės, kurios ilgesnį laikotarpį veikė tam tikroje visuomenėje, jos turi santykinai daugiau teisėtumo ir geresnę reputaciją, nei „jaunesnės“ įmonės. Kuo ilgesnį laikotarpį įmonė veikia, tuo daugiau jai teko komunikuoti su išore (Juhmani, 2014).

Kitos teorijos, naudojamos savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių tyrimuose.

Suinteresuotųjų grupių teorija. Šia teorija siekiama paaiškinti, kodėl įmonės atskleidžia informaciją savanoriškai. Suinteresuotosios grupės domisi įmone ir jos veiklomis. Suinteresuotosios grupės įtraukia vadovus, kreditorius, pirkėjus, tiekėjus, vyriausybę, prekybos sąjungas ir visą likusią

visuomenę, taigi suinteresuotosios grupės reikalauja daugiau informacijos, o tai motyvuoja įmones informaciją atskleisti savanoriškai (Kilic et al., 2013).

Toliau pateikiami suinteresuotųjų grupių teorija grindžiami veiksniai, lemiantys savanorišką informacijos atskleidimą.

- *Įmonės dydis.* Įmonei didėjant, didėja ir įmone susidomėjusių asmenų skaičius. Dėl šios priežasties informacijos atskleidimo spaudimas ir svarba bus didesnė įmonei, turinčiai didesnę visuomenės susidomėjimą (Zadeh, Eskandari, 2012). Be to, didelės įmonės yra dažnai sudėtingesnės nei mažos įmonės ir suinteresuotosios grupės reikalauja daugiau informacijos, tam, kad būtų patenkinami jų poreikiai.
- *Nuosavybės koncentracija.* Kuo didesnė įmonės akcijų nuosavybės koncentracija, tuo įmonėje pasireiškia mažesnis poreikis atskleisti informaciją stiprioms suinteresuotosioms grupėms tokioms kaip kreditoriai, darbuotojai, valstybė, kurių resursus, pavyzdžiui finansus, įmonė naudoja (Al – Bassam, 2015).
- *Finansinis svertas.* Įmonės pateikia daugiau informacijos norėdamos parodyti suinteresuotiesiems savo sugebėjimus įvykdyti prisiimtus įsipareigojimus. Kuo aukštesnis įmonės skolos/nuosavo kapitalo santykis, tuo labiau tikėtina, kad vadovai atskleis daugiau informacijos.
- *Valdybos dydis.* Valdybos dydis siejasi su geresniu suinteresuotųjų grupių reprezentavimu (Al-Bassam et al., 2015).

Kapitalo poreikio teorija. Kapitalo poreikio teorija teigia, kad savanoriškas informacijos atskleidimas padeda įmonei pasiekti savo tikslus, didinant turimą kapitalą, ir sumažinti patiriamus kapitalo kaštus (Nermeen ir Shehata, 2013). To racionalus paaiškinimas – manoma, kad įmonių kapitalo kaštai įtraukia investuotojų premiją dėl neuztikrintumo, kalbant apie įmonės informacijos tikrumą. Taigi, įmonės kapitalo kaštai sumažinami, kai investuotojai turi galimybę interpretuoti įmonės duomenis, remiantis savanoriškai pateikiama informacija. Dėl to, kuo didesnis informacijos atskleidimas, tuo mažesni kapitalo kaštai.

Tačiau egzistuoja ir kitoks požiūris į kapitalo kaštų ir savanoriško informacijos atskleidimo priklausomybę. Ceutermans ir Breesch (2014), teigia, kad jei kaštai, susiję su informacijos atskleidimu didesni nei laukiama diskonto norma rinkoje, įmonės linkusios savanoriškai neatskleisti informacijos. Įmonės ne visuomet atskleidžia informaciją, kadangi patiria kaštus, susijusius su informacijos, kuri gali pakenkti informaciją pateikiančiai įmonei, kadangi ši informacija gali būti naudinga įmonės konkurentams, atskleidimu. Taigi, kaip teigia Ceutermans ir Breesch (2014), Omran ir El – Galfy (2014), kai agento ir signalinė teorijos aiškina tik tai, kodėl įmonės siekia atskleisti savanoriškai informaciją, kapitalo kaštų teorija dar teikia įrodymą, kodėl įmonės iš tiesų neatskleidžia visos informacijos (elgiasi laisvai, atskleisdamos informaciją apie įmonę).

Nepaisant motyvacijos ir savanoriško informacijos atskleidimo suteikiamų privalumų, kai kurios įmonės atsisako atskleisti informaciją, dėl tam tikrų priežasčių: aukštų informacijos gavimo, apdorojimo ir sklaidimo kaštų, baimės prarasti konkurencinę poziciją, nenoro atskleisti neigiamos informacijos, kad išvengtų su informacijos atskleidimu susijusių kaštų (Kilic et al., 2014).

Informacijos asimetrija tarp įmonės ir investuotojų gali sukelti „nepageidaujamos atrankos“ (*angl. adverse selection*) atvejį. Dėl konfidencialios informacijos investuotojams gali būti sudėtinga įvertinti investicijų kokybę, net ir pasinaudojus savanoriškai pateikta informacija, o tai gali lemti neefektyvią kapitalo alokaciją.

Apibendrintas veiksnių poveikio savanoriškam informacijos atskleidimui ir teorijų sąryšis, pateikiamas mokslinėje literatūroje, matomas 4 lentelėje.

4 lentelė. Tikėtinas veiksnių poveikis savanoriškam informacijos atskleidimui pagal informacijos atskleidimui aiškinti naudojamas teorijas (sudaryta autorės)

Teorija Veiksny	Agento teorija	Teisėtumo teorija	Suinteresuotųjų grupių teorija	Išteklių teorija	Kapitalo poreikio teorija	Signalinė teorija
Valdybos dydis	+ (a)	+ (a)	+ (a)	+ (a)		
Įmonės nuosavybės koncentracija	- (a)	- (a)	- (a)	- (a)		
Įmonės dydis	+ (d)	+ (b)	+ (e)		+ (e)	
Pelningumas	+ (f)	+ (b)				+ (d), + (f)
Finansinis svertas	+ (b)	+ (b)				
Audituojanti įmonė	+ (a)					
Įmonės amžius		+ (b)				
Analitikų skaičius	+ (c)					
Likvidumas	- (f)					+ (f)
Sektorius	Didėja griežtėjant reglamentavimui (d)	Vienodas tam pačiam sektoriuje (d)				Vienodas tam pačiam sektoriuje (d), (g), (h)

Poveikis: „+“ – atskleidžiama daugiau, didėjant veiksniai, „-“ atskleidžiama mažiau, didėjant veiksniai. Šaltinis: (a) – Bassam, et al. (2015), (b) – Juhmani (2014), (c) – Healy ir Palepu (2001), (d) – Broberg et al. (2010), (e) – Zadeh ir Eskandari (2012), (f) – Albitar (2015) (g) - Basuony ir Mohamed (2014) (h) – Alali ir Romero (2012)

Tyrimai rodo, kad savanoriško informacijos atskleidimo skirtumai gali būti paaiškinti institucine teorija ir tarptautinės kapitalo rinkos spaudimu (Broberg et al., 2010). Kiti autoriai aiškindami informacijos atskleidimo veiksnius naudojo ir išteklių priklausomumo (*angl. resource dependence theory*) teorijos teiginius. Tačiau anot Ceutermans ir Breesch (2014), nėra bendros vieningos teorijos, skirtos informacijos atskleidimo analizavimui.

Faktoriai, paaiškinantys atskleidžiamos informacijos variaciją, aprašomi aukščiau minėtose teorijose: nuosavybės struktūra (pvz.: nuosavybės koncentracija, vadovams tenkanti nuosavybės dalis ir užsienio investuotojų dalis), finansinės įmonės charakteristikos (finansinis svertas, pelningumas),

kitos įmonės charakteristikos (įmonės dydis, audito įmonė) ir kiti. Toliau pateikiami pagrindiniai galimi informacijos atskleidimo veiksniai, kurių poveikis tirtas mokslinėje literatūroje ir kintamieji, naudojami šių veiksnių tyrimui.

Valdybos dydis. Haji ir Ghazali (2013) atlikto tyrimo rezultatai rodo, kad įmonės valdybos dydis – reikšmingas kintamasis lemiantis įmonės savanoriško informacijos atskleidimo kokybę. Kalbant apie nepriklausomų direktorių skaičių, Akhavan ir Shirvanian (2015) nustatė, kad nėra reikšmingo ryšio tarp išorės direktorių skaičiaus ir savanoriško informacijos atskleidimo lygio. Mokslinėje literatūroje, analizavusioje savanorišką informacijos atskleidimą, vadybos dydžio vertinimui naudoti du dydžiai: logaritmas iš valdybos narių skaičiaus, valdybos narių skaičius (Chakroun ir Matoussi, 2012, Haji ir Ghazali, 2013, Albitar, 2015, Kilic et al., 2013).

Nuosavybės struktūra. Anot Ceusterman ir Breesch (2014), nuosavybės tipas – svarbiausias savanoriško informacijos atskleidimo veiksnys. Tai parodo ir tokių autorių kaip Bhayani (2012), Ibrahim (2014), įmonės, turinčios tik vieną savininką, mažiau linkusios atskleisti informaciją apie pardavimus. Iš kitos pusės, pagal agento teoriją, mažos įmonės, turinčios daugiau akcininkų, suinteresuotos labiau atskleisti informaciją apie pardavimus. Pasak Bhayani (2012), įmonės, turinčios mažesnę holdingų savininkų dalį, atskleidžia daugiau informacijos.

Ahmadi (2014) tyrimu nustatyta, kad besivystančiose šalyse, tokiose kaip Tunisas, savanoriško informacijos atskleidimo lygis reikšmingai neigiamai siejamas su šeimos nuosavybe ir teigiamai susijęs su institucinių investuotojų dalimi. Ibrahim (2014) nustatė neigiamą ryšį tarp nuosavybės struktūros ir savanoriško informacijos atskleidimo. Tuo tarpu Akhavan ir Shirvanian (2015), analizuodami nuosavybės struktūros įtaką įmonės savanoriškam informacijos atskleidimui analizuodami nustatė, kad egzistuoja stiprus atvirkštinis ryšys tarp vadovų nuosavybės ir savanoriško informacijos atskleidimo lygio, nėra reikšmingo ryšio tarp vyriausybės nuosavybės ir savanoriško informacijos atskleidimo.

Ryšį tarp didžiausią akcijų dalį turinčių akcininkų nuosavybės procentinės dalies ir savanoriško informacijos atskleidimo lygio nustatė Akhavan ir Shirvanian (2015).

Agento kaštai auga didėjant atskirčiai tarp teisių į nuosavybę ir kontrolės interesų skirtumo tarp agentų ir savininkų. Informacijos atskleidimas gali būti vienas iš būdų vadovams parodyti įmonės savininkams, kad jie veikia savininkų labui. Įmonėse, su koncentruotu valdymu, pagrindiniai savininkai daugiausiai turi prieigą prie visos reikalingos informacijos. Konfliktas tarp agentų ir savininkų taip pat oportunistini vadovų elgesys turi didesnę tikimybę atsirasti įmonėse su daug savininkų ir maža savininkų dalimi. Atitinkamai iš tokių įmonių reikalaujama atskleisti daugiau informacijos, nei iš įmonių su koncentruota nuosavybe (Broberg et al., 2010). Skirtingi autoriai naudojo skirtingus nuosavybės koncentracijos vertinimo matavimus, 5 lentelėje pateikiami nuosavybės koncentraciją apibūdinantys kintamieji, sutinkami mokslinėje literatūroje.

5 lentelė. Akcininkų nuosavybės koncentraciją apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje (sudaryta autorės)

Akcininkų nuosavybės koncentracijos vertinimo matas	Autoriai
Procentinė nuosavybės dalis, kontroliuojama pagrindinių investuotojų (turinčių 5 proc. ir daugiau kapitalo)	Akhavan ir Shirvanian (2015), Ibrahim (2014)
Akcijų, kontroliuojamų 10 didžiausių investuotojų, kiekio santykis su visomis įmonės išleistomis akcijomis	Haji ir Ghazali (2013)
Akcijų, kontroliuojamų 5 didžiausių investuotojų, kiekio santykis su visomis įmonės išleistomis akcijomis	Ho ir Taylor (2013), Nilehn (2014)
Akcijų, kontroliuojamų 3 didžiausių investuotojų, kiekio santykis su visomis įmonės išleistomis akcijomis	Bruslerie ir Gabteni (2014)
1, jei egzistuoja akcininkų, valdančių 50 proc. ar daugiau kapitalo, 0 priešingu atveju	Chakroun ir Matoussi (2012), Feres de Almeida ir Rodrigues (2015)

Didesnė užsienio investicijų dalis gali lemti įvairesnę nuosavybės struktūrą (kultūriniai skirtumai, požiūris į riziką ir kt.), kuri lems informacijos asimetriją ir dėl to padidins patiriamus agento kaštus. Konfliktų ir nesusipratimų tarp vadovų ir suinteresuotųjų šalių rizika gali ženkliai išaugti. Atskleidžiant daugiau informacijos vadovai gali bandyti išvengti šių potencialių konfliktų (Broberg et al., 2010).

Taip pat nemaža ankstesnių autorių dalis analizavo įmonės savanoriško informacijos atskleidimo priklausomybę nuo institucinių investuotojų bei vadovų nuosavybės (žr. 6 lent.).

6 lentelė. Institucinių investuotojų nuosavybę ir vadovų nuosavybę apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje (sudaryta autorės)

Vadovų nuosavybės vertinimo matas	Autoriai
Akcijų procentinė dalis, priklausanti vadovams	Chakroun ir Matoussi (2012 Broberg et al. (2010), Akhavan ir Shirvanian (2015), Albitar (2015)
Akcijų dalis, priklausanti vykdantiesiems ir kitiems priklausomiems vadovams	Haji ir Ghazali (2013), Albitar (2015)
Institucinių investuotojų nuosavybės vertinimo matas	Autoriai
Procentinė nuosavybės dalis, priklausanti instituciniams investuotojams	Chakroun ir Matoussi (2012), Bruslerie ir Gabteni (2014)
Proporcinė dalis visų akcijų, turimų užsienio ir vietos institucinių investuotojų	Ahmadi (2014)
1, jei įmonė valdoma vyriausybės, 0, priešingu atveju	Akhavan ir Shirvanian (2015)
Institucinių akcininkų dalis tarp pagrindinių 30 akcininkų	Haji ir Ghazali (2013)

Įmonės dydis. Iš empirinio požiūrio kampo, dauguma tyrimų nustatė teigiamą ryšį tarp įmonės dydžio ir savanoriško informacijos atskleidimo. Tyrimo, atlikto Ibrahim (2014) rezultatai rodo, kad įmonės dydis ir veiklos sektorius turi teigiamą ryšį su savanoriškos informacijos atskleidimu. Tačiau egzistuojantys tyrimai parodė, kad tyrimo rezultatai priklauso nuo atskleidžiamos informacijos tipo (strateginė, socialinė ar aplinkosauginė ar kt.). Pavyzdžiui, anot Albitar (2015), kad kuo didesnė įmonė, tuo daugiau savanoriškos su aplinkosaugos sritimi susijusios informacijos ji atskleis, tuo tarpu kitų tyrimų rezultatai rodė, kad įmonės dydis neturėjo poveikio atskleidžiamos socialinės ir aplinkosauginės informacijos kiekiui. Įmonės dydžio vertinimo matai ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje pateikti 7 lentelėje.

7 lentelė. Įmonės dydį apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje (sudaryta autorės)

Įmonės dydžio vertinimo matas	Autoriai
Logaritmas iš turto iš viso	Bruslerie ir Gabteni (2014), Albitar (2015), Chakroun ir Matoussi (2012), Basuony ir Mohamed (2014), Feres de Almeida ir Rodrigues (2015), Ibrahim (2014), Ho ir Taylor (2013), Soliman (2013)
Turtas iš viso	Kilic et al. (2013), Bhayani (2012), Haji ir Ghazali (2013)
Pardavimų pajamos iš viso	Nilehn (2014), Bhayani (2012), Kilic et al. (2013), Broberg et al. (2010),
Natūrinis logaritmas iš vidutinės rinkos kapitalizacijos	Ghasempour ir Yusof (2014)
Logaritmas iš įmonės rinkos vertės	Akhavan ir Shirvastian (2015)
Darbuotojų skaičius	Broberg et al. (2010), Jouirou ir Chenguel (2014)
Rinkos kapitalizacija	Bhayani (2012)

Įmonės dydžio veiksnio naudojimas, siekiant paaiškinti informacijos atskleidimą, gali būti paaiškintas agento kaštų teorija, tačiau agento kaštų teorija plačiai kritikuojama, dėl buvimo per daug monetarine ir ekonomine. pagal šią teoriją, įmonė savanoriškai informaciją atskleis tik tada, kai informacijos atskleidimo kaštai bus mažesni už atskleidus informaciją gausimą naudą.

Analitykų skaičius. Padidėjęs savanoriškas informacijos atskleidimas sumažina finansų rinkos analitikų patiriamus kaštus. Kadangi vadovų turimos privačios informacijos nereikalaujama būtinai pateikti, pagal egzistuojančius reglamentacinius nurodymus. Padidėjus prieinamos informacijos kiekiui, taip pat padidėja ir finansų analitikų skaičius, besidomintis įmone (Bruslerie ir Gabteni, 2014).

Agento teorija gali paaiškinti, kodėl vadovai pasirenka savanoriškai atskleisti informaciją. Informacijos teikimas gali būti vienas iš būdų sumažinti agento kaštus. Mangla (2015) atliktas tyrimas Indijos įmonėse parodė, kad egzistavo reikšminga variacija, savanoriškai atskleidžiant informaciją, tarp skirtingų informacijos atskleidimo dedamųjų, pramonės šakų ir įmonių. Nustatyta, kad įmonės, susijusios su energetikos sektoriumi, turėjo didžiausią informacijos atskleidimo įvertinimą. Remiantis pozityvia apskaitos teorija, agento kaštai gali kisti dėl skirtingų įmonės charakteristikų, tokių kaip įmonės dydis. Neigiamas ryšys nustatytas tarp įmonės amžiaus, augimo ir savanoriško informacijos atskleidimo (Ibrahim, 2014), tuo tarpu Bhayani (2012) nustatė, kad įmonės amžius neturi reikšmingos įtakos įmonės atskleidžiamos informacijos kiekiui.

Pelningumas. Signalinė teorija tvirtina, kad, kai įmonės pelningumas aukštas, įmonė rodo šiuos pasiekimus investuotojams. Kitas signalinės teorijos teiginys: įmonės, turinčios aukštą pelningumą, pateikia į rinką didesnę kiekį informacijos, siekiant pranešti „geras žinias“. Priešingai, įmonės, pasižyminčios žemu pelningumu, labiau linkusios atskleisti mažesnę kiekį informacijos. Tokio elgesio priežastis atsiranda dėl būtinybės paaiškinti „blogas naujienas“. Tuo tarpu iš agento teorijos perspektyvos, kai įmonės pelningumas aukštas, vadovai siekia perduoti detalias žinias įmonės akcininkams, siekiant sudaryti ar palaikyti gerą įmonės įvaizdį, užtikrinti stabilumą ir poziciją darbe, įskaitant ir algos lygį, dėti pastangas, tam, kad būtų daroma pažanga. Tačiau, kai pelningumas žemas, jie linkę slėpti informaciją ir jos atskleisti mažiau, siekiant nuslėpti nuostolius ar pelno sumažėjimą.

Ahmadi (2014) savo tyrime nustatė teigiamą ryšį tarp savanoriško informacijos atskleidimo ir įmonių veiklos rezultatų (Tunisas). Tuo tarpu Ibrahim (2014) nustatė neigiamą ryšį tarp įmonės investicijų grąžos ir savanoriško informacijos atskleidimo. Ankstesniuose tyrimuose naudoti įvairūs pelningumą apibūdinantys kintamieji (žr. 8 lent.).

8 lentelė. Pelningumą apibūdinantys kintamieji ir juos naudoję autoriai mokslinėje literatūroje (sudaryta autorės)

Pelningumo vertinimas	Autoriai
Turto pelningumas (ROA)	Basuony ir Mohamed (2014), Albitar (2015), Soliman (2013)
Nuosavo kapitalo pelningumas (ROE)	Akhavan ir Shirvanian (2015), Haji ir Ghazali (2013), Akhavan ir Shirvanian (2015)
Investuoto kapitalo grąža (ROIC)	Broberg et al. (2010)
Investicijų pelningumo rodiklis (ROI)	Ibrahim (2014)
Pastovaus kapitalo pelningumo rodiklis (ROCE)	Bhayani (2012)
Grynasis pelningumas (ROS)	Bruslerie ir Gabteni (2014), Bhayani (2012)

Finansinis svertas. Remiantis pozityvia apskaitos teorija, agento kaštai gali kisti dėl skirtingų įmonės charakteristikų, tokių kaip įsiskolinimo rodiklis. Agento teorija taip pat gali paaiškinti, kodėl toks kintamasis kaip finansinis svertas, yra naudojami, siekiant paaiškinti informacijos atskleidimą. Tyrimai rodo, kad įmonės, turinčios aukštą finansinio sverto rodiklį pateikia daugiau informacijos, nei įmonės turinčios žemą finansinio sverto rodiklį. Aukštas rodiklis padidina agento kaštus, kadangi kreditoriai siekia apginti savo interesus sudarydami įvairias sutartis ir kontraktus. Įmonės, teikdamos daugiau informacijos, gali sumažinti neapibrėžtumą investuotojams ir kreditoriams, tuo pačiu sumažinti agento kaštus (Broberg et al., 2010). Tačiau kai kurie autoriai teigia, kad ryšys yra atvirkštinis. Finansinis svertas mokslinėje literatūroje vertintas kaip visų įsipareigojimų ir kapitalo santykis. Finansinio sverto poveikį savo tyrimuose Basuony ir Mohamed (2014), Akhavan ir Shirvanian (2015), Feres de Almeida ir Rodrigues (2015), Broberg et al. (2010), Haji ir Ghazali (2013), Ho ir Taylor (2013), Bruslerie ir Gabteni (2014), Albitar (2015), Kilic et al. (2013), Ghasempour ir Yusof (2014)

Taigi skirtingos ekonominės teorijos, vertinant tuos pačius informacijos atskleidimo veiksnus, pateikia skirtingą ryšio egzistavimo pagrindimą. Teoriškai nėra prieita prie vieningos išvados dėl galimo tam tikrų veiksnių, pavyzdžiui, likvidumo poveikio savanoriškam informacijos atskleidimui. Naudojami įvairūs kriterijai analizuojant savanoriško informacijos atskleidimo veiksnus.

2.3. Savanoriškai pateikiamos informacijos analizės metodai informacijos atskleidimo veiksnus analizuojančioje literatūroje

Ankstesnėje pasaulinėje literatūroje, praktikoje, tiriant savanorišką informacijos atskleidimą, dažniausiai naudojamas apskaitos tyrimuose paplitęs turinio analizės metodas. Egzistuoja įvairių turinio analizės atmainų ir požiūrių į analizuojamą tekste pateikiamą informaciją, vertinant stilių, pasitelkiant sisteminių požiūrį į kalbines struktūras. Pavyzdžiui, ankstesniuose užsienio autorių

tyrimuose buvo analizuojama kalbinių struktūrų naudojimas, pateikiant blogas ir geras naujienas, nustatyta, kad blogos žinios buvo pristatytos remiantis faktiniu ir objektyviu stiliumi arba nurodant išorinius veiksnius. Turinio analizės metode taikomi įvairūs informacijos kodavimo vienetai: žodis, sakiny, pastraipa, puslapio dalis. Egzistuoja du pagrindiniai požiūriai, pritaikyti turinio analizei: orientuotas, objektyvesnis skaičiavimo vieneto (žodžio, pastraipos ir t.t.) požiūris ir reikšme pagrįstas (labiau subjektyvus) skaičiavimo būdas, grindžiamas atsirandančiomis atskleidžiamos informacijos temomis. Pavyzdžiui, žodžius savo darbuose, analizuojant savanorišką informacijos atskleidimą skaičiavo Gamerschlag et al. (2011), Eljayash, Kavanagh, Kong (2013), Juhmani (2014).

Tačiau egzistuoja turinio analizės taikymo trūkumų dėl to, kad analizė yra atliekama tyrėjo asistento, egzistuoja subjektyvumo elementas duomenų interpretacijoje. Taikomos įvairios interpretavimo taisyklės, susiduriama su subjektyviu vidiniu kodavimu, dėl ko mažėja patikimumas. Susiduriama su problema, kadangi sunku įvertinti vaizdinio turinio informaciją. Susiduriama su klaidingu tvirtinimu, kad atskleidžiamos informacijos kiekis atspindės pateikiamos informacijos kokybę ir informacijos atskleidimo reikšmę. Dėl apribojimų ir trūkumų, susijusių su pagrindiniais požiūriais, t. y., subjektyviais informacijos atskleidimo reitingais ir tyrėjų sukurtais informacijos atskleidimo indeksais, egzistuoja poreikis tyrėjų pastangoms, kad būtų vystomi nauji informacijos atskleidimo dokumentavimo (įforminimo) būdai.

Vertinant informacijos atskleidimą, turėtų būti identifikuojamos naujos informacijos kokybės plotmės ir ieškoma galimų vertinimo instrumentų. Analizuojant savanorišką informacijos atskleidimą siekiama taikyti ir naujus metodus, pavyzdžiui, įvairias kompiuterines technikas, tokias kaip automatinis taškų rinkimas su specialia programa dideliems duomenų masyvams. Šios programos skirtos nagrinėti tekstinius duomenis tokius kaip duomenis iš metinių pranešimų ir internetinių puslapių. Taip pat taikomi kiti metodai, tokie kaip rūšiavimas pagal temas, modelio analizės, SPSS tyrimai.

Informacijos atskleidimo indeksas – viena iš turinio analizės atmainų, savanoriško informacijos atskleidimo tyrimuose taikomas labai dažnai. Sudarant indeksą reikia nuspręsti, kokie informacijos kriterijai, sudarysiantys indeksą bus pasirenkami, kokia bus indekso struktūra.

Anot Scaltrito (2015), turinio arba teksto analizė (tematinė, lingvistė) gali būti naudojama ir savanoriško informacijos atskleidimo kokybės vertinimui, kaip objektyvus savanoriško informacijos atskleidimo lygio vertinimo būdas. Barrett ir Bozzolan (2008) teigimu, savanoriškai pateikiamos informacijos kiekis yra dažnai naudojamas informacijos atskleidimo kokybės vertinimui, tačiau nėra aiškios ribos tarp informacijos kiekybės ir kokybės. Tuo tarpu kiti autoriai teigia, kad žodžių skaičius negali įvertinti savanoriško informacijos atskleidimo kokybės. Tačiau visi informacijos atskleidimo vertinimo būdai turi tam tikrų trūkumų: turinio analizės, skaičiuojant žodžių, sakinių, pastraipų skaičių, metodas neįvertina pateikiamos skaitinės ar grafinės informacijos.

Savanoriško informacijos atskleidimo indekso dedamosios. Ankstesniuose tyrimuose autoriai siekdavo sudaryti savanoriško informacijos atskleidimo sąrašą, apimantį svarbiausius elementus, kuriuos įmonė gali atskleisti. Savanoriško informacijos atskleidimo indekso apibrėžimas įtraukia tiek finansinius, tiek ir nefinansinius rodiklius iš informacijos atskleidimo sąrašo, be privalomos pateikti informacijos. 9 lentelėje pateikiami informacijos atskleidimo indeksą sudarančios informacijos grupavimo variantai ankstesnėje įmonių informacijos atskleidimo veiksniais analizavusioje literatūroje.

9 lentelė. Savanoriško informacijos pateikimo indekso dedamosios mokslinėje literatūroje ir jų grupavimas (sudaryta autorės)

Metai	Autorius	Indekso elementų sk.	Informacijos grupavimas (kriterijų skaičius skliaustuose)
2015	Feres de Almeida ir Rodrigues	38	2 grupės: 1. Ekonominės, finansinės ir organizacinės informacijos atskleidimas (25); 2. Socialinės, aplinkosauginės informacijos atskleidimas (13).
2012	Chakroun ir Matoussi	72	2 Grupės: 1. Informacija, artima privalomai pateikti informacijai (23); 2. Informacija, kuri tiesiogiai nėra susijusi su privaloma pateikti informacija (49).
2013	Haji ir Ghazali	48	3 grupės: 1. Strateginiai kintamieji (12); 2. Finansiniai kintamieji (13); 3. Socialinės atsakomybės kintamieji (23).
2014	Belgacem ir Omri	36	5 grupės: 1. Bendroji informacija (12 elementų); 2. Istorinių finansinių rezultatų elementai (3); 3. Nefinansinė informacija (5); 4. Į ateitį orientuota informacija (7); 5. Vadybininkų analizė ir diskusija (9).
2009	Broberg et al.	68	5 grupės: 1. Bendroji informacija (5); 2. Strategija (17); 3. Tyrimai ir plėtra (5); 4. Į ateitį orientuota informacija (11); 5. Su akcijomis susijusi informacija (11).
2015	Ghorbani , Salehi, Rostami, Kazemi	71	5 grupės: 1. Bendroji informacija; 2. 5 arba 10 m. praeities rezultatų informacija; 3. Pagrindinė nefinansinė informacija; 4. Į ateitį orientuota informacija/prognozės; 5. Vadybininkų diskusija ir analizė.
2013	Ho ir Taylor	85	5 grupės: 1. Įmonės bendroji ir strateginė informacija (28); 2. Finansinė ir kapitalo rinkos informacija (19); 3. Informacija apie valdymą (4); 4. Į ateitį orientuota informacija (11); 5. Informacija apie įmonės socialinę atsakomybę (23).
2014	Basuony ir Mohamed	-	5 grupės: 1. Ryšiai su investuotojais; 2. Įmonės informacija; 3. Produktai ir paslaugos; 4. Į ateitį orientuota informacija; 5. Bendra finansinė informacija.
2011	Alfaraih ir Alanezi	51	6 grupės: 1. Bendroji įmonės informacija; 2. Kapitalo rinkos duomenys; 3. Informacija apie įmonės valdymą; 4. Finansinės apžvalginė įmonės informacija; 5. Įmonės strategija 6. Socialinės atsakomybės informacija.
2013	Soliman	60	6 grupės: 1. Įmonės strategija (15); 2. Rinka ir konkurencinės sąlygos (11); 3. Produkcija (11); 4. Ateities perspektyvos (8); 5. Marketingas (7); 6. Žmogiškasis kapitalas (8).
2012	Binh	72	6 grupės: 1. Bendroji įmonės informacija; 2. Audito komitetas; 3. Finansinė informacija; 4. Į ateitį orientuota informacija; 5. Informacija apie darbuotojus, socialinę atsakomybę, aplinkosauginė informacija; 6. Informacija apie įmonės valdybos struktūrą.
2015	Akhavan ir Shirvastian	134	6 grupės: 1. Bendroji informacija; 2. Istoriniai rezultatai; 3. Sektoriaus informacija; 4. Pagrindinė nefinansinė informacija; 5. Finansinė informacija; 6. Strateginė informacija.
2014	Trabelsi et al.	63	6 grupės: 1. Bendroji informacija (16); 2. Istorinių rezultatų apibendrinimas (5); 3. Pagrindinė nefinansinė informacija (18); 4. Prognozuojama informacija (8); 5. Nematerialus turtas (9); 6. Socialinė ir aplinkosauginė informacija (7).
2014	Ahmadi	50	7 grupės: 1. Įmonės bendroji informacija; 2. Įmonės strategija; 3. Pagrindinė nefinansinė informacija; 4. Finansinė informacija; 5. Į ateitį orientuota informacija/prognozės; 6. Vadovų diskusija ir analizė; 7. Kita reikšminga strateginė informacija.
2015	Mangla	118	7 grupės: 1. Įmonės finansinė informacija (28); 2. Įmonės žmogiškieji išteklių (25); 3. Įmonės valdymo informacija (18); 4. Įmonės socialinės atsakomybės ir aplinkosauginė informacija (10); 5. Įmonės produkcijos ir marketingo informacija (15); 6. Į ateitį orientuota informacija (11); 7. Bendroji informacija (11).
2012	Alali ir Romero	53	7 grupės: 1. Finansinių ataskaitų duomenys; 2. Kita finansinė informacija; 3. Suinteresuotųjų grupių informacija; 4. Kontaktinė ir kita informacija; 5. Socialinės atsakomybės informacija; 6. Įmonės pristatymas; 7. Akcijų birža, kurioje prekiaujama įmonės akcijomis.
2012	Hossain et al.	58	7 grupės: 1. Bendra įmonės informacija (6); 2. Įmonės strategija (2); 3. Įmonės valdymas (9); 4. Finansiniai rezultatai (6); 5. Įmonės socialinė atsakomybė (3); 6. Įmonės pristatymas (22); 7. Kita informacija (10).
2013	Gisbert, Navallas	76	8 grupės: 1. Istorinė informacija; 2. Įmonės socialinės atsakomybės informacija; 3. Nematerialus turtas ir intelektinis kapitalas; 4. Į ateitį orientuota informacija; 5. Bendroji informacija; 6. Nefinansinė informacija; 7. Vadovų analizės; 8. Identifikacijos numeris.
2014	Skouloudis et al.	27	8 grupės: 1. Įmonės vizija ir strategija; 2. Suinteresuotosios grupės; 3. Įmonės valdymas; 4. Aplinkosauga; 5. Su darbuotojais susijusi praktika; 6. Į vartotojus orientuota informacija. 7. Ryšiai su visuomene; 8. Visuomeninių problemų sprendimas.
2014	Ibrahim	65	10 grupių: 1. Bendroji įmonės informacija; 2. Informacija apie valdymą; 3. Įmonės strategija; 4. Kapitalo rinkos duomenys; 5. Tyrimų ir vystymo veikla; 6. Į ateitį orientuota informacija; 7. Socialinė atsakomybė ir pridėtinę vertę kurianti informacija; 8. Finansinės informacijos apžvalga; 9. Istorinė informacija; 10. Sektoriaus informacija.
2013	Kilic et al.	96	12 grupių: 1. Bendroji informacija; 2. Įmonės strategija; 3. Įmonės valdymas; 4. Finansinės veiklos rezultatai; 5. Pagrindinė nefinansinė informacija; 6. Į ateitį orientuota informacija; 7. Darbuotojų informacija; 8. Socialinė informacija; 9. Aplinkosauginės informacijos atskleidimas; 10. Segmentų informacija; 11. Rizikos valdymas; 12. Pirkėjų ir tiekėjų informacijos atskleidimas.

Autoriai, sudarydami informacijos atskleidimo indeksus atskleidimui internete tirti, rėmėsi tyrimais, kuriuose buvo analizuojami įmonių metiniai pranešimai, dėl to atlikus literatūros analizę, paaiškėjo, kad informacijos atskleidimo metiniuose pranešimuose indeksų sandara ir informacijos atskleidimo internete sandara tarpusavyje pagal atskleidžiamos informacijos kriterijus ir grupavimą ženkliai nesiskyrė (Trabelsi, Debreceny, Lymer, 2014), tik papildomai kai kurie autoriai pateikė kriterijų grupę, susijusią su interneto svetainės formato elementais: nuorodomis į kitus tinklapius, paieškos elementais, HTML ar PDF formatų naudojimas ir kt. (Hossain et al., 2012; Alali ir Romero, 2012), tačiau autoriai nurodo, kad šie elementai yra susiję su įmonės puslapio prezentacine dalimi, o kita kriterijų dalis (sutampanti su naudota metiniuose pranešimuose), su savanorišku informacijos atskleidimu.

Kalbant apie savanoriško informacijos atskleidimo indekso elementus, naudotus, siekiant įvertinti informacijos atskleidimą internete, kai kurie autoriai, tokie kaip Skouloudis, Jones, Malesios, Evangelinos (2014), analizavo nefinansinės informacijos atskleidimą įmonių interneto svetainėse, tuo tarpu kiti autoriai atliko tiek finansinės, tiek ir nefinansinės informacijos atskleidimo internete analizę (Alali ir Romero, 2012; Hossain et al., 2012; Ben Saada ir Khalfaoui, 2015).

Savanoriškai atskleidžiamos informacijos tyrimuose naudojami kitų ankstesnių autorių taikyti informacijos atskleidimo indeksai arba pačių sudaryti vertinimo modeliai, remiantis ankstesnės literatūros analize, pavyzdžiui, dažnai autorių naudojamas Botosan (1997) informacijos atskleidimo indeksas, arba jis šiek tiek modifikuojamas, pašalinant privalomais laikomus elementus (tiek informacijos atskleidimo internete, tiek ir metiniuose pranešimuose atveju).

Dauguma ankstesnių autorių pasirinko pačių sudarytus informacijos atskleidimo indeksus dėl dviejų pagrindinių priežasčių: pačių sudarytos balų skyrimo skalės yra labiau patikimos ir tinkamesnės vertinimo priemonės (pagrįstumas, svarumas) (Binh, 2012). Pačių sudaryti rodikliai sėkmingesni nei savanoriško informacijos atskleidimo indeksai, kadangi jie nėra priskirti iš išorės, yra pritaikyti konkrečiai situacijai, dėl šios priežasties tyrimams Lietuvoje atlikti tinkamiausia būtų remiantis literatūros analize sudaryti modifikuotą prie situacijos pritaikytą indeksą.

Skirtinguose tyrimuose, susijusioje literatūroje buvo naudojami įvairūs kriterijai ir taškų skyrimo metodai, vertinant savanoriškos informacijos atskleidimą: vadovų prognozės, vadovų kalbos, pačių sudarytos taškų skyrimo sistemos, tačiau apibendrinant galima teigti, kad ankstesni tyrimai analizavo ir vertino informacijos atskleidimo kiekį ir kokybę, tačiau anot Binh (2012), nėra konkretaus paaiškinimo ir bendrų nurodymų ar gido, informacijos atskleidimo elementų pasirinkimui. Informacijos atskleidimas – tai abstraktus konstruktas, kurio intensyvumas arba kokybė negali būti nustatyta, kadangi atskleidimas neturi įgimtų/būdingų charakteristikų.

Pasirinkus kriterijus informacijos atskleidimo indeksui, ankstesniuose tyrimuose buvo sprendžiama, dėl indekso skaičiavimo būdo, informacijos grupių svarbos viena kitos atžvilgiu.

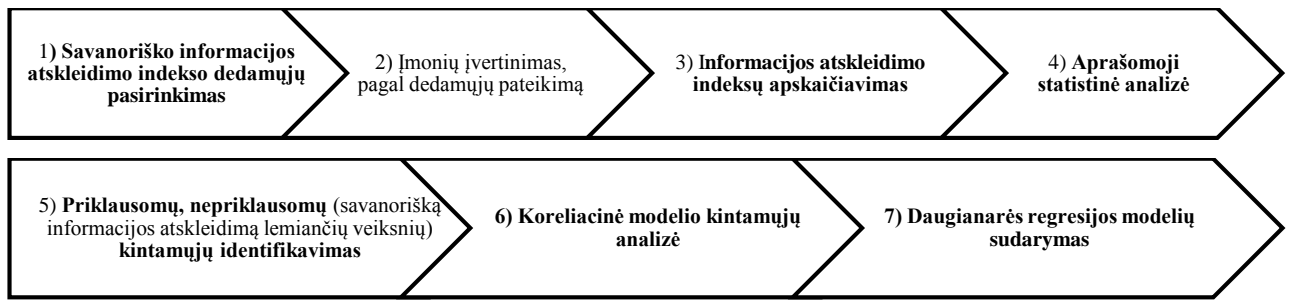
Indekso sudarymo būdai. Vieni autoriai naudoja svertinį informacijos atskleidimo indeksą, kiti paprastą nesvertinį indeksą. Pavyzdžiui, Ghasempour ir Yusof (2014) tyrimo atveju, kiekvienam individualiam rodikliui buvo priskirtas unikalus įvertinimas, priklausomai nuo suvokiamos svarbos, svorio ir įmonės informacijos atskleidimo masto. Kiti autoriai, tokie kaip Nilehn (2014), Albitar (2015), Soliman (2013), naudoja nesvertinius indeksus, suteikiant vienodą reikšmę skirtingiems informacijos kriterijams. Tiek vienas, tiek kitas indekso sudarymo būdas turi kritikuotinų savybių, paprastas (svorių nesuteikiantis) indeksas kritikuojamas dėl to, kad suteikia visoms informacijos grupėms vienodą reikšmę, tuo tarpu svertinis informacijos indeksas kritikuojamas dėl orientavimosi į tam tikrą informacijos vartotojų grupę (Nalikka, 2012). Kiti autoriai remiasi ankstesnių autorių tvirtinimu, kad didelio skirtumo tarp svorinio ir nesvorinio indekso pasirinkimo nėra (Hossain et al., 2012).

Pagal tai, ką norima vertinti, informacijos atskleidimo indeksus galima skirstyti į „kokybės indeksus“, „kiekybės indeksus“ ir „apimties indeksus“ (*angl. scope index*). Leitonienė, Šapkauskienė (2015), analizuodamos socialinės informacijos atskleidimo kokybę, naudojo 15 kriterijų kokybės indeksą, kuriame dalis kriterijų priklausė patikimumo grupei, kita dalis svarbumo kriterijų grupei, pateikimas buvo vertinamas 0 – 2 skalėje. „Apimties indeksas“ sukurtas būtent vertinti atskirų sričių informacijos buvimą, tokį indeksą interneto informacijos atskleidimui naudojo Alali ir Romero (2012), „kiekybės indeksas“ vertina informaciją atskleistą būtent kiekybiniu aspektu (pagal struktūrinius teksto vienetus) šį indeksą savo tyrimuose naudojo Urquiza, Navarro, Trombetta (2009). Be informacijos atskleidimo kokybės indekso ar kiekio indekso apklausos ir klausimynai, anot Scaltrito (2015), taip pat gali būti naudojami savanoriško informacijos atskleidimo kokybės vertinimui.

Metodai, kurie remiasi pateikiamos informacijos apimtimis neatsižvelgia į kokybę ar reikšmingumą to, kas parašyta, daugiau dėmesio skiriama pateikiamos informacijos kiekio vertinimui tam tikroje interesų srityje. Tuo tarpu kokybinis indeksas, kuris pagal tam tikrus aspektus įvertina 1 – 3 ar 1 – 5 elementų skalėje, įvertina informacijos kokybę, tačiau neparodo, kiek dėmesio įmonė skiria pateikiamam sakiniui ar elementui, taip pat neatspindi to, kiek įmonė informacijos pateikia (Leitonienė, Šapkauskienė, 2015). Empiriniu tyrimu Urquiza et al. (2009) nustatė, kad indekso pasirinkimas turi įtakos įmonių reitingavimui, nepaisant to, kad egzistuoja ryšys tarp skirtingu būdu sudarytų indeksų.

2.4. Veiksnių ir savanoriško informacijos atskleidimo priklausomybės tyrimo metodai

Dažniausiai taikomas savanoriško informacijos atskleidimo priklausomybės nuo pasirinktų informacijos atskleidimo veiksnių metodų eiliškumas pateiktas 4 paveiksle. Kai kuriais atvejais, įmonės prieš atlikdamos 4 paveiksle pateiktus metodus, vykdo įmonių atranką.



4 pav. Savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių nustatymo metodikos eiliškumas ankstesniuose tyrimuose (sudaryta autorės)

Mokslinėje literatūroje kai kurie autoriai apsiriboja tik koreliacinės analizės naudojimu, tiriant informacijos atskleidimo veiksnius, tuo tarpu kiti autoriai informacijos atskleidimo veiksnių tyrimuose naudoja ir regresinę analizę, kuri leidžia nustatyti tarp įmonės informacijos atskleidimo ir jį lemiančių veiksnių esančio ryšio formą (žr. 10 lent.). Kadangi šiame tyrime naudojama tik koreliacinė analizė, ji aptariama plačiau.

10 lentelė. Informacijos atskleidimo tyrimuose naudotų metodų derinimas (sudaryta autorės)

Metodas	Autoriai
Koreliacinė analizė	Alhazaimeh et al. (2014), Z. Zhang ir J. Zhang (2014),
Daugianarė logistinė regresinė ir koreliacinė analizė	Basouny ir Mohamed (2014);
Daugianarė (linijinė) regresinė ir koreliacinė analizė	Dâmaso ir Lourenço (2010); Pozniak (2015); 43. Ho ir Taylor (2013); Guay et al. (2015); Haji ir Ghazali (2013),

Koreliacinė analizė – statistinis metodas, kuriuo analizuojami atsitiktinių dydžių tarpusavio ryšiai ir vertinamas šių ryšių stiprumas. Vertinant įvairius reiškinius, dažnai sutinkami tarpusavyje priklausomi kintamieji. Koreliacinė analizė analizuoja, kokią įtaką kintamieji turi vienas kitam, kaip pasikeitus vienam, keičiasi kitas. Šioje analizėje statistinio ryšio stiprumas tarp kintamųjų išreiškiamas tam tikru koeficientu. Kuo koeficiento reikšmės didesnės, tuo koreliacija stipresnė. Savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių tyrimui anksčiau buvo naudojami keli skirtingi koreliacijos koeficientai: Pirsono koreliacijos koeficientas (duomenims tekinant normalumo sąlygą ir esant tiesiniam ryšiui), Spirmeno koreliacijos koeficientas (kai duomenys netenkina normalumo sąlygos arba yra išdėstyti rangais). Šie koreliacijos koeficientai gali įgyti reikšmes nuo -1 iki 1.

Pirsono koreliacijos koeficientas vertina tiesinio ryšio stiprumą. Imties Pirsono koeficientas yra apskaičiuojamas pagal 1 formulę.

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{(n-1) \cdot S_x \cdot S_y} \quad (1)$$

Kai stebimi kintamieji, kurių koreliacijos koeficientas nėra žinomas, norint sužinoti, ar šie dydžiai yra tiesiškai priklausomi, tiriama hipotezė dėl populiacijos Pirsono koeficiento lygybės nuliui (2 formulė).

$$\begin{cases} H_0: r_s = 0 \\ H_1: r_s \neq 0 \end{cases} \quad (2)$$

Hipotezei H_0 tikrinti yra naudojama Stjudento statistika (3 formulė).

$$t = \frac{r}{\sqrt{1-r^2}} \sqrt{n-2}, t \sim St(n-2) \quad (3)$$

r – imties koreliacijos koeficientas, n – imties didumas.

Jeigu H_0 atmetama, tai tarp kintamųjų egzistuoja statistiškai reikšmingas tiesinis ryšys, jo stiprumo interpretacija pateikta 11 lentelėje. Skaičiavimus atliekant „IBM SPSS Statistics“ 21.0 programa H_0 atmetama, jeigu $p < \alpha$ (čia α - pasirinktas reikšmingumo lygmuo, pvz., 0,05 ar 0,1). Koreliacijos koeficiento reikšmės ir koreliacinio ryšio stiprumo interpretacija pateikiama 11 lentelėje.

11 lentelė. Koreliacijos koeficiento reikšmės ir koreliacinio ryšio stiprumas (sudaryta pagal Kasiulevičius ir Denapienė, 2008)

Koreliacijos koeficientas	Ryšio stiprumas
$0,9 < r \leq 1$	Labai stipri (teigiama, neigiama)
$0,7 < r \leq 0,9$	Stipri (teigiama, neigiama)
$0,5 < r \leq 0,7$	Vidutinė (teigiama, neigiama)
$0,3 < r \leq 0,5$	Silpna (teigiama, neigiama)
$0 < r \leq 0,3$	Labi silpna (teigiama, neigiama)
0	Nėra ryšio (teigiama, neigiama)

Kai yra sprendžiami praktiniai uždaviniai, retai pasitaiko, kad kintamųjų reikšmės būtų pasiskirsčiusios pagal normalųjį skirstinį. Tokiu atveju naudojami koeficientai, nesusiję su skirstiniais. Skaičiuojant Spirmeno ranginį koreliacijos koeficientą naudojamos ne x ir y stebėtos reikšmės, bet jų rangai. Tada, kai dydžiai x ir y (intervalų, santykių arba tvarkos skalės) išrikiuojami didėjimo tvarka, tai galima naudoti Spirmeno ranginį koreliacijos koeficientą (žr. 4 formulę).

$$r_s = \frac{\sum_{i=1}^n (R_{xi} - \frac{n+1}{2})(R_{yi} - \frac{n+1}{2})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (R_{xi} - \frac{n+1}{2})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (R_{yi} - \frac{n+1}{2})^2}} \quad (4)$$

Spirmeno ranginės koreliacijos koeficientas apibūdina ryšio tarp kintamųjų stiprumą monotoniškumo prasme, t. y. vienam kintamajam monotoniškai didėja (nebūtinai tiesiškai), kai $r_s > 0$ arba mažėja, kai $r_s < 0$. Spirmeno ranginės koreliacijos koeficiento reikšmingumo hipotezių tikrinimui naudojama ta pati Stjudento statistika kaip ir su Pirsono koreliacijos koeficientu, hipotezių formulavimas pateikiamas 5 formule.

$$\begin{cases} H_0: r_s = 0 \\ H_1: r_s \neq 0 \end{cases} \quad (5)$$

Taigi, tiriant savanoriško informacijos atskleidimo ir galimų informacijos atskleidimo veiksnių priklausomybę, ryšio tarp kintamųjų nustatymui naudojami įvairūs koreliacijos koeficientai, kurių pasirinkimas priklauso nuo duomenų savybių, tokių kaip normalumo kriterijaus atitikimas. Kai kurie autoriai apsiriboja ryšio tarp kintamųjų nustatymu, tuo tarpu kiti greta koreliacinės analizės atlieka regresinę analizę, nustatoma ryšio tarp savanoriško informacijos atskleidimo pateikimo ir jį lemiančių veiksnių forma.

3. LIETUVOS ĮMONIŲ SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO INTERNETO SVETAINĖSE VEIKSNIŲ TYRIMO METODIKA

3.1. Informacijos atskleidimo veiksnių tyrimo hipotezės

Remiantis teorine bei empirinių tyrimų analize, atsižvelgiant į detalesnių tyrimų trūkumą analizuojant Lietuvos įmonių informacijos atskleidimą internete, taip pat tyrimų, kuriuose analizuojami mažų ir vidutinių įmonių informacijos atskleidimo Lietuvoje veiksniai, keliamos hipotezės dėl Lietuvos įmonių savanoriško informacijos atskleidimo interneto svetainėse. Hipotezės formuluojamos veiksniams, kurių įtaka įmonės informacijos atskleidimui dažnai analizuojama mokslinėje literatūroje ir veiksnių poveikis gali būti paaiškinamas teoriniu aspektu.

Įmonės dydis. Politinio matomumo hipotezė rodo, kad didelės įmonės yra labiau matomos nei smulkios, dėl šios priežasties didelės įmonės linkusios atskleisti daugiau informacijos nei mažos (Basouny ir Mohamed, 2014). Be to, didelės įmonės yra dažnai sudėtingesnės nei mažos įmonės ir suinteresuotosios grupės reikalauja daugiau informacijos, tam, kad būtų patenkinami jų poreikiai. Dar viena iš priežasčių, galinčių lemti įmonės dydžio teigiamą poveikį savanoriškam informacijos atskleidimui, susijusi su agento teorija. Anot Albitar (2015), galima spėti, kad didelės įmonės labiau linkusios pateikti daugiau informacijos, siekiant sumažinti skolinimosi kaštus, atsirandančius dėl to, kad didesnės įmonės dažnai turi didesnę išorinio kapitalo dalį, nei mažos.

Ankstesniuose tyrimuose metinius pranešimus analizavę autoriai nustatė, kad įmonės dydis turi teigiamą įtaką informacijos atskleidimui metiniuose pranešimuose (Albitar, 2015; 2015; Kilic et al., 2013; Soliman, 2013). Tokie patys rezultatai gauti ankstesnių autorių, kalbant apie informacijos atskleidimą internete: Hossain et al. (2012), Ghasempour ir Yusof, (2014), Basouny ir Mohamed (2014), Pozniak (2015) ir Barac et al. (2014) tyrimai rodo statistiškai reikšmingą teigiamą ryšį tarp įmonės dydžio ir įmonių informacijos atskleidimo internete (žr. 1 pried.).

Atsižvelgiant daugelio į ankstesnių tyrimų rezultatus, galima formuluoti pirmąją hipotezę apie egzistuojantį teigiamą savanoriško informacijos atskleidimo apimties Lietuvos įmonių interneto svetainėse ir įmonės dydžio ryšį. Mokslinėje literatūroje įmonės dydis vertinamas įvairiais kriterijais: turimu įmonės balansiniu turtu (Basouny ir Mohamed, 2014; Pozniak, 2015; Barac et al. 2014), įmonės gautomis pajamomis (Nilehn 2014; Bhayani, 2012; Kilic et al. 2013; Broberg et al., 2010) arba įmonės darbuotojų skaičiumi (Broberg et al., 2010; Jouirou ir Chenguel, 2014).

Atsižvelgiant į tai, kad tokie autoriai kaip Barac et al. (2014) ir Broberg et al., (2009) savo tyrimuose, vertinant įmonės dydžio įtaką įmonės informacijos atskleidimui, viename tyrime analizavo kelių įmonės dydį apibūdinančių kriterijų įtaką, šiame tyrime keliamos dvi hipotezės apie įmonės dydį, susijusias su dviem skirtingais įmonės dydžiui vertinti mokslinėje literatūroje naudotais kriterijais: darbuotojų skaičiumi ir įmonės pajamomis.

H1a: Egzistuoja teigiamas reikšmingas ryšys tarp įmonės darbuotojų skaičiaus ir finansinės bei nefinansinės informacijos atskleidimo interneto svetainėje.

H1b: Egzistuoja teigiamas reikšmingas ryšys tarp įmonės pajamų ir finansinės bei nefinansinės informacijos atskleidimo interneto svetainėje.

Pelningumas. Agento teorija tvirtina, kad pelningų įmonių vadovai savanoriškai atskleidžia daugiau informacijos, siekdami parodyti ir paaiškinti turimiems akcininkams, kad jie veikia organizacijos labui ir yra nusipelnę gaunamo atlygio už darbą (Albitar, 2015). Remiantis signaline teorija, anot Broberg et al. (2010) ir Albitar (2015) pelningos įmonės stengiasi išskirti save iš kitų, mažiau pelno uždirbančių įmonių ir dėl šios priežasties atskleidžia daugiau informacijos, o su prastesniais veiklos rezultatais – tokią informaciją linkusios nusišlepti.

Ankstesni tyrimai pateikia prieštarigus rezultatus dėl įmonių pelningumo ir informacijos atskleidimo internete. Teigiamas reikšmingas ryšys tarp įmonės pelningumo ir finansinės bei nefinansinės informacijos atskleidimo internete apimties nustatytas Siala et al. (2014) tyrime, o Gamerschlag et al. (2010) nustatė pelningumo teigiamą ryšį su socialinės informacijos savanorišku atskleidimu, tuo tarpu tokių autorių kaip Ghasempour ir Yusof (2014), Hossain et al. (2012), Alali ir Romero (2012) ir Juhmani (2014) nebuvo nustatyta ryšio tarp finansinės ir nefinansinės informacijos atskleidimo internete ir pelningumo. Kalbant apie informacijos atskleidimą metiniuose pranešimuose, ankstesnių tyrimų rezultatai taip pat nėra vienareikšmiški. Bhayani (2012), Albitar (2015), Soliman (2013) nustatė reikšmingą teigiamą ryšį, kai tuo tarpu kiti autoriai (Kilic et al., 2013) nenustatė reikšmingo ryšio tarp įmonės pelningumo ir savanoriško informacijos atskleidimo apimties.

Dėl prieštaringų ankstesnių tyrimų rezultatų ir daugelio teorijų (agento teorijos, teisėtumo teorijos ir signalinės teorijos), taikytų informacijos atskleidimui analizuoti tvirtinimo, kad pelningumas gali būti teigiamai susijęs su įmonių informacijos atskleidimu, keliama H₂ hipotezė apie ryšio tarp įmonės pelningumo ir įmonės savanoriško informacijos atskleidimo egzistavimą.

H₂: Egzistuoja reikšmingas ryšys tarp įmonės pelningumo ir savanoriško finansinės ir nefinansinės informacijos atskleidimo įmonių interneto svetainėse.

Hannon (2014) teigimu, „jaunos“ įmonės gali savo veiklos strategiją grįsti naujų technologijų aktyviu naudojimu, siekiant įgauti konkurencinį pranašumą, dėl to tikėtina, kad jos bus linkusios atskleisti daugiau informacijos savanoriškai. Kita vertus, remiantis teisėtumo teorija, įmonės informacijos atskleidimas turėtų teigiamai sietis su įmonės dydžiu, kadangi ilgiau veikiančios įmonės turėtų turėti geresnę reputaciją visuomenėje ir būti labiau įsitraukusios į socialines veiklas, nei jaunos įmonės. Kuo įmonė ilgiau veikia, tuo daugiau jai reikia bendrauti su išore. Neigiamą ryšį tarp investuotojams reikšmingos finansinės informacijos pateikimo internete ir įmonės amžiaus nustatė Ghasaleh, Qasim, Roberts (2012), o Hossain et al. (2012) ryšio tarp nefinansinės ir finansinės informacijos atskleidimo internete bei įmonės dydžio nenustatė. Juhmani (2014) nenustatė reikšmingo

ryšio tarp socialinės atsakomybės informacijos atskleidimo internete ir įmonės amžiaus. Tuo tarpu tarp savanoriško informacijos atskleidimo metiniuose pranešimuose ir įmonės amžiaus Yao, Wang, Song (2011) ir Jouirou ir Chenguel (2014), Nandi ir Ghosh (2012) nustatė neigiamą priklausomybę.

Atsižvelgiant į ankstesnių tyrimų rezultatus, kuriais buvo nustatyta, kad yra ryšys tarp savanoriškai atskleidžiamos informacijos ir įmonės dydžio, taip pat autorių, tokių kaip Hannon (2014) teiginius bei informacijos atskleidimo ir įmonės amžiaus galimą ryšį signalinės teorijos aspektu, galima daryti prielaidą, kad egzistuoja reikšmingas ryšys tarp įmonės amžiaus ir savanoriško informacijos atskleidimo.

H₃: Egzistuoja reikšmingas ryšys tarp įmonės amžiaus ir įmonės savanoriško finansinės ir nefinansinės informacijos atskleidimo įmonės interneto svetainėse.

Atsižvelgiant į iškeltas tyrimo hipotezes, buvo pasirinkti šie galimi įmonių savanoriško informacijos atskleidimo veiksniai ir juos apibūdinantys matai (žr. 12 lent.).

12 lentelė. Tyrime naudotų savanoriško informacijos atskleidimo veiksniai ir jų vertinimas (sudaryta autorės)

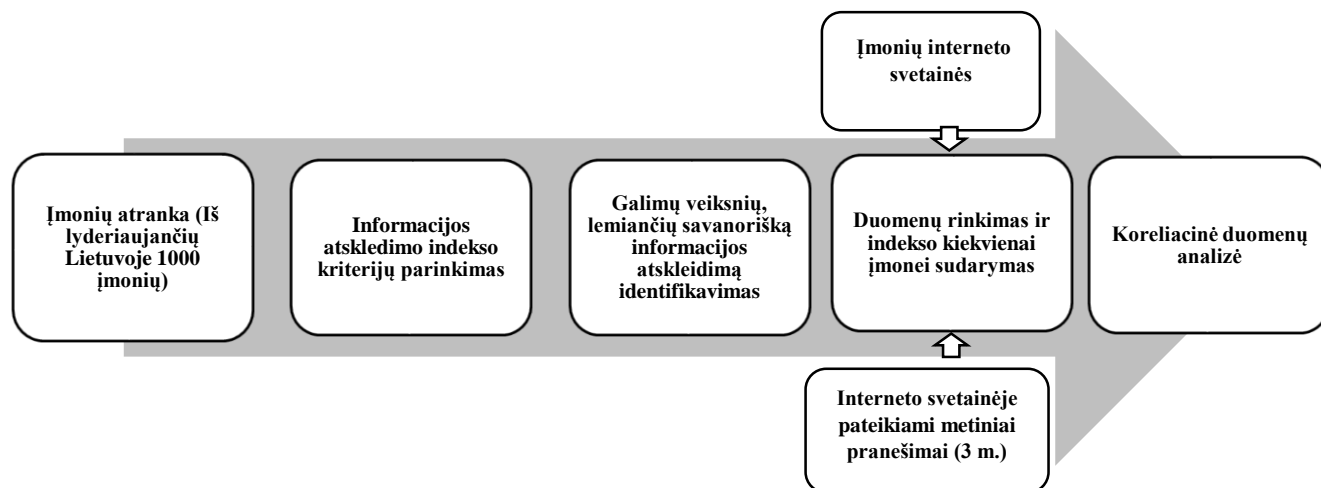
<i>Nr.</i>	<i>Veiksny</i>	<i>Veiksni</i> o vertinimo matas	<i>Autoriai</i>
<i>1</i>	<i>Įmonės dydis (a)</i>	<i>Pardavimų pajamos, tūkst. EUR</i>	<i>Nilehn (2014), Bhayani (2012), Kilic et al. (2013)</i>
<i>2</i>	<i>Įmonės dydis (b)</i>	<i>Darbuotojų skaičius</i>	<i>Broberg et al. (2010), Jouirou ir Chenguel (2014)</i>
<i>3</i>	<i>Pelningumas</i>	$ROS = \frac{EBIT}{Pardavimų\ pajamos}$	<i>Bruslerie ir Gabteni (2014), Bhayani (2012)</i>
<i>4</i>	<i>Įmonės amžius</i>	<i>Metų skaičius nuo įmonės veiklos pradžios</i>	<i>Albitar (2015), Soliman (2013), Chakroun ir Matoussi (2012), Bhayani (2012)</i>

Taigi, remiantis mokslinės literatūros analize, savanorišką informacijos atskleidimą internete gali lemti įvairūs veiksniai, pavyzdžiui įmonės dydis, pelningumas arba įmonės amžius. Remiantis savanoriško informacijos atskleidimo veiksmų tyrimuose naudojamų teorijų teiginiais ir ankstesnių tyrimų rezultatais, buvo keliamos hipotezes apie galimus savanoriško informacijos atskleidimo veiksmus: įmonės dydį, pelningumą ir įmonės amžių, sekančiame skyriuje pateikiama savanoriško informacijos atskleidimo internete tyrimo eiga ir metodika.

3.2. Savanoriško informacijos atskleidimo internete tyrimo eiga ir metodika

Informacijos atskleidimo internete ir metiniuose pranešimuose tyrimo metodą sudarė 5 pagrindiniai žingsniai (žr. 5 pav.): 1) atrinkta tyrimo imtis; 2) pasirinkti kriterijai informacijos atskleidimo indeksui; 3) pasirinkti savanoriško informacijos atskleidimo internete ir metiniuose pranešimuose veiksniai; 4) pagal surinktus duomenis iš įmonių interneto svetainių ir įmonės viešai pateikiamų 3 m. laikotarpio metinių pranešimų (analizuojamas tik įmonės interneto svetainės turinys), sudaromas informacijos atskleidimo indeksas kiekvienai įmonei (pagal anksčiau pasirinktus kriterijus). Analizuotų metinių pranešimų skaičius apribotas iki 3 m. duomenų atsižvelgiant į tai, kad tokie

autoriai kaip Jouirou ir Chenguel (2014) tvirtina, kad įmonių informacijos atskleidimo strategija metiniuose pranešimuose metams bėgant išlieka pakankamai pastovi. Pagal surinktus duomenis sudaromos koreliacinės matricos, rodančios priklausomybę tarp informacijos atskleidimo indekso ir galimų informacijos atskleidimo veiksnių.



5 pav. Savanoriško informacijos atskleidimo tyrimo Lietuvos įmonėse eiga (sudaryta autorės)

Įmonių atranka. Buvo atrenkamos įmonės iš 1000 lyderiaujančių pagal uždirbamas Lietuvos įmonių, sugrupavus pagal veiklos sritis, atsitiktinės sluoksninės atrankos metodu, t. y., įmones atrenkant proporcingai bendrosios populiacijos procentiniam pasiskirstymui pagal sektorius. Atrenkant įmones iš kiekvieno sektoriaus (sluoksnio) buvo renkama paprastoji atsitiktinė imtis. Tyrime buvo remiamasi periodinio leidinio „Verslo žinios“ pateikiamu „TOP 1000“ 2014 m. įmonių sąrašu, sudarytu pagal VMI ir bendrovių duomenis.

Siekiant, kad tyrimas būtų reprezentatyvus, buvo vykdoma tikimybinė atranka (2 pried.), atrinkta sluoksninė imtis. Sluoksninė imtis sudaroma, kai tyrėją domina tam tikros populiacijos narių grupės. Bendroji populiacija suskirstoma į „sluoksnius“, proporcingai nustatytoms populiacijos grupėms. Vėliau, atrenkami kiekvieno „sluoksnio“ elementai, naudojantis paprastosios tikimybinės imties metodu. Ši imtis naudinga, nes tinka ne tik populiacijos, tačiau ir ją sudarančių grupių tyrimui. Atrenkant tokią imtį tarsi renkamos kelios imtys – iš populiacijos ir iš skirtingų jos pogrupių (Čekanavičius, Murauskas, 2009).

Tačiau jokia imtis negali būti visiškai reprezentatyvi populiacijai. Dėl šios priežasties egzistuoja paklaida. Imtį sudarant tikimybinio būdu, paklaida vadinama atsitiktine paklaida. Kuri rodo, kad atrinkus kitą imtį, naudojant tą patį metodą, atrankos paklaida skirtųsi nuo pirmosios imties paklaidos. Sudarant netikimybinio būdu atsiranda sistemingoji paklaida dėl tyrėjo supratimo apie populiaciją.

Imties dydis buvo skaičiuojamas naudojant ankstesnių tyrimų, taikiusių atsitiktinės sluoksninės atrankos metodą, analizuojant įmonės informacijos atskleidimą, naudojant turinio analizės metodą, pavyzdžiu (Mokhtar ir Mellett, 2013):

$$S = \frac{P(1-P)}{\left(\frac{A^2}{Z^2}\right) + \frac{P(1-P)}{N}} \quad (6)$$

S – imties dydis.

N – bendrosios populiacijos dydis.

P – preliminari įmonių, pasižyminčių vertinamomis savybėmis procentinė dalis populiacijoje.

A – reikšmingumo lygmuo (pavyzdžiui, 0,05).

Z – standartinių nuokrypių skaičius atrankos skirstiniui, (1,96 atitinka 95 proc. patikimumo lygmenį, 1,64 atitinka 90 proc. patikimumo lygmenį).

Šios formulės naudojimas reikalauja išankstinio „P“ reikšmės nustatymo. Remiantis Saunders, Lewis, Thornhill (2007) ir vėliau jo pavyzdžiu sekusiais autoriais, kurie analizavo informacijos atskleidimo tyrimą įmonėse Mokhtar ir Mellett (2013), siūloma „P“ reikšmę nustatyti, atrinkus 30 įmonių pavyzdinę imtį ir analizuoti požymio pasireiškimą.

Šiame tyrime atliekant atranką dominantis kriterijus tas, kad atrinkta įmonė turėtų interneto svetainę. 30 įmonių buvo atsitiktai atrinktos ir 28 iš jų turėjo interneto svetainę. Dėl šios priežasties, P= 93 proc. Taigi, P=93 Proc., Z=1,96, A=0,05 ir N=1000 (1000 didžiausių įmonių). Reikalingas imties dydis, taikant 7 formulę, lygus (žr. 7 formulė):

$$S = \frac{0,93 \cdot (1-0,93)}{\frac{0,05^2}{1,96^2} + \frac{0,93(1-0,93)}{1000}} \approx 92 \text{ įmonės} \quad (7)$$

Tačiau, atsižvelgiant į kitų autorių pavyzdį, taikant šį imties skaičiavimo metodą, kai imties dydis buvo pasirinktas 10 proc. didesnis nei reikalaujamas siekiant dar mažesnės paklaidos (Mokhtar, Mellett, 2013), šiame tyrime imties dydis siekiant didesnio tikslumo buvo padidintas 15 proc., taigi analizuotų įmonių imtis sudarė 106 įmones.

Iš 1000 įmonių buvo atrinktos 106 įmonės, priklausančios tokioms ekonominės veiklos sritims: apdirbamoji gamyba, didmeninė ir mažmeninė prekyba, variklių ir motociklų remontas, elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas, administracinė ir aptarnavimo veikla, finansinė ir draudimo veikla, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla, kita aptarnavimo veikla, informaciniai ryšiai, žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas, kasyba ir karjerų eksploatavimas, nekilnojamojo turto operacijos, meninė pramoginė ir poilsio organizavimo veikla, žemės ūkis, miškininkystė ir žuvininkystė, vandens tiekimas, nuotekų valymas ir atliekų tvarkymas ir reglamentavimas, transportas ir saugojimas, statyba ir švietimas.

Tyrimui buvo tikslinga atrinkti įmonių imtį, galinčią atstovauti 1000 didžiausių pagal gaunamas įmonių pajamas, kadangi tokiu būdu būtų galima įvertinti įmonių, pasižyminčių įvairesnėmis charakteristikomis, priklausančių platesniam gaunamų pajamų intervalui, situaciją (žr. 13 lent.).

13 lentelė. Įmonių atrankos savanoriško informacijos atskleidimo tyrimui eiga (sudaryta autorės)

<i>Aprašymas</i>	<i>Įmonių skaičius</i>
Lyderiaujančių įmonių TOP 1000 pateikiamų „Verslo žinių“ sąrašas 2014 m. (2015 m. vasara)	1000
Sluokninės (stratifikacinės) atrankos būdu atrinktos įmonės (proporcingai bendrosios populiacijos pasiskirstymui pagal sektorius), 95 proc. tikimybe, 9 proc. pasiklovimo lygmeniu.	106
Įmonės neturinčios interneto puslapio	11
Įmonės, priklausančios tai pačiai įmonių grupei, turinčios vieną svetainę buvo pašalintos (siekiant, kad nesidubliuotų duomenys)	3
Galutinis atrinktų įmonių skaičius	92

Kitaip nei ankstesniuose tyrimuose, kurie buvo orientuoti į pačias didžiausias įmones (pirmąsias 100 iš sąrašo pagal pajamas), ar pačias aktyviausias, laikančias save socialiai atsakingomis.

Informacijos atskleidimo indekso kriterijai. Įmonės pateikiamos informacijos analizei pasirinkta viena iš turinio analizės atmainų – informacijos atskleidimo indeksas. Atsižvelgiant į tai, kad, užsienio autorių nuomone, geriausiai situacijai vertinti tinka pačių sudarytas informacijos atskleidimo indeksas, toliau pateikiamas ankstesnės literatūros analize pagrįsta ir Lietuvos įmonių interneto svetainėse pateikiamos informacijos vertinimui pritaikyta informacijos atskleidimo indekso sudarymo struktūra ir skaičiavimo metodika. Pagal ankstesnių autorių taikytą informacijos atskleidimo indeksų sandarą (Trabelsi et al., 2014; Ho ir Taylor, 2013; Gisbert ir Navallas, 2013; Binh, 2012; Soliman, 2013; Ahmadi, 2014; Broberg et al., 2010; Alfaraih ir Alanezi, 2011), modifikavus ankstesnių autorių analizei naudotus indeksus, išrenkant dažniausiai indeksuose pasikartojančius kriterijus bei atsižvelgiant į jų grupavimą ir pritaikius prie Lietuvos informacijos pateikimo internete ypatumų, buvo suformuotas indekso kriterijų sąrašas, taikytas Lietuvos įmonių savanoriškos informacijos atskleidimui analizuoti. Atsižvelgiant į literatūroje dažniausiai naudotų indekso kriterijų priskyrimą informacijos grupėms, kuriant modifikuotą indeksą, buvo sudarytos tokios informacijos atskleidimo grupės: bendroji ir strateginė informacija, praeitų laikotarpių informacija, praeitų laikotarpių finansiniai įmonės veiklos rezultatai, pagrindinė nefinansinė informacija, į ateitį orientuota informacija, įmonės valdymo informacija ir socialinės atsakomybės informacija. Trečiame priede pateikiamas kiekvieną informacijos grupę sudarančių kriterijų sąrašas. 3 priede. 3 priede taip pat pateikiama, koku autoriumi remiantis, informacijos atskleidimo indekso elementas buvo įtrauktas į informacijos atskleidimo vertinimo kriterijų sąrašą.

Indekso skaičiavimo metodas. Atsižvelgiant į daugelio ankstesnių autorių atliktus tyrimus, šiame tyrime taip pat buvo apskaičiuotas informacijos pateikimą ir įvairovę vertinantis indeksas (*angl. scope*), kuris parodo atskleistos informacijos kiekį pagal pateikiamų kriterijų skaičių, įvertinant informacijos buvimą arba nebuvimą įmonių interneto svetainėse (žr. 8 formulė).

$$SC_{I_i} = \frac{\sum_{j=1}^{60} SC_i}{60} \quad (8)$$

Kur:

SC_I_i – įmonės savanoriško informacijos atskleidimo indeksas įmonei i .

SC_i – kiekvieno informacijos atskleidimo kriterijaus įvertinimas (yra informacijos=1, nėra informacijos=0), 60 – kriterijų skaičius iš 6 informacijos atskleidimo grupių.

Greta informacijos kriterijų pateikimą įvertinančio indekso, šiame darbe siekiama įvertinti ir informacijos atskleidimo lygį kiekybiniu aspektu, galima paminėti, kad anot Scaltrito (2015), Barrett ir Bozzolan (2008), ankstesni autoriai kiekybinį informacijos atskleidimo indeksą naudojo ir informacijos atskleidimo kokybei vertinti. Tam buvo naudojamas kiekybinis informacijos atskleidimo indeksas (angl. *quantity index, QNI*), sudarytas remiantis Urquiza et al. (2009), leidžiantis išanalizuoti įmonių atskleidžiamos informacijos kiekį, įvertinant struktūrinių vienetų (žodžių) skaičių kiekviename iš grupių (bendroji ir strateginė informacija, finansinė informacija, nefinansinė informacija, į ateitį orientuota informacija, socialinės atsakomybės informacija). Tekstui su finansinių pokyčių įmonėje aprašymui taip pat taikyta turinio analizė, atsižvelgiant į tokių autorių kaip Schumaker ir Chen (2006), kai turinio analizė buvo taikyta finansinių naujienų straipsnių analizei. Analogiškai 9 formulėi buvo sudaryti savanoriško informacijos atskleidimo indeksai visoms likusioms tyrime naudojamoms informacijos grupėms: pagrindinės nefinansinės informacijos grupei, į ateitį orientuotos informacijos grupei, valdymo informacijos grupei ir socialinės atsakomybės informacijos grupei.

$$Z_BS_i = (bs_i - \min) / (\max - \min) \quad (9)$$

Kur:

Z_BS_i – įmonės savanoriškai pateikiamos bendrosios ir strateginės informacijos atskleidimo indeksas įmonei i .

bs_i – žodžių skaičius su savanoriška bendrojo pobūdžio ir strategine informacija, pateikta įmonės i .

Max – didžiausias žodžių skaičius su savanoriškai pateikiama bendrosios ir strateginės grupės informacija.

Min – mažiausias žodžių skaičius su savanoriškai pateikiama bendrosios ir strateginės grupės informacija.

Atskiros informacijos grupės indekso reikšmė įmonei kinta nuo 0 iki 1, kur 1 reiškia, kad įmonė pateikia labai daug, palyginus su kitoms įmonėmis, tam tikros informacijos grupės informacijos informacijos.

Papildomai šiame tyrime siūloma ankstesnių informacijos atskleidimo indeksų modifikacija. Kiekvienai įmonei buvo sudarytas bendras informacijos atskleidimo indeksas, rodantis tyrime naudotų informacijos grupių kiekybinių indeksų, sudarytų pagal Urquiza et al. (2009), vidurkį, taip įvertinant vidutinį informacijos atskleidimo lygį kiekybiniu aspektu. Šis indeksas skiriasi nuo ankstesnių autorių naudotų indeksų, kadangi atskiros informacijos atskleidimo grupės įvertinimas skaičiuojamas naudojant ne informacijos kriterijų pateikimą (yra/nėra informacijos), o, įvertinant informacijos atskleidimo kiekį žodžiais, atskirose informacijos grupėse, grupių informacijos atskleidimui įvertinti

naudojant Urquiza et al. (2009) taikytą QNI indeksą (9 formulė). Šis indeksas suteikia vienodą reikšmę visoms informacijos atskleidimo grupėms (10 formulė).

$$VID_Z_I_i = \frac{Z_BS_i + Z_F_i + Z_N_i + Z_P_i + Z_V_i + Z_SOC_i}{6} \quad (10)$$

Kur:

$VID_Z_I_i$ – įmonės savanoriško informacijos atskleidimo kiekybinis indeksas, vertinantis įmonės pateikiamų žodžių interneto svetainėje skaičių įmonei i .

Z_BS_i , Z_F_i , Z_N_i , Z_P_i , Z_V_i ir Z_SOC_i – informacijos atskleidimo indeksai atskiroms informacijos grupėms: Z_BS – bendrajai ir strateginei informacijai, Z_F – finansinei informacijai, Z_N – nefinansinei informacijai, Z_P – į ateitį orientuotai informacijai, Z_V – valdymo informacijai, Z_SOC – socialinės atsakomybės informacijai.

Nesvorinių indeksų pasirinkimas tyrimui grindžiamas tuo, kad skirtingus svorius suteikiant skirtingoms informacijos grupėms, būtų iškreipiami rezultatai, orientuojamasi išimtinai į tam tikrą suinteresuotųjų grupę, o ne į visas. Anksčiau minėtiems indeksams sudaryti naudotų kriterijų sąrašas skiriasi dviem kriterijais, kurių negalima (skaitinė informacija) arba sunku įvertinti žodžiais: kainos informacija ir kontaktinė informacija, šie kriterijai įtraukti tik į SC_I indekso, vertinančio informacijos pateikimą, sandarą, tačiau neįtraukti į VID_Z_I indekso sandarą.

Naudotos programos. Suformavus indekso kriterijų sąrašą, buvo atliekama įmonių interneto svetainių turinio analizė, skaičiuojant kiekvienam kriterijui priskirtinos informacijos žodžius, tam buvo naudojamos „AKS word count“ kompiuterinė programa, skaičiuojanti įterpto teksto žodžių skaičių, interneto naršyklės Google chrome papildinys „Word Count 1.2“, skaičiuojantis pažymėto teksto žodžių skaičių ir „Word count 2.2.3“, skaičiuojantis į iškarpinę įkelto teksto žodžių skaičių, tais atvejais, kai informacija pateikiama dokumentuose, kuriuos galima parsisiųsti ir atverti Microsoft office „Word“ programa, remiamasi šios programos pateikiamu žodžių skaičiumi.

Koreliacinė analizė

Remiantis ankstesne literatūra, toliau buvo atliekama koreliacinė analizė, rodanti savanoriškai atskleidžiamos informacijos kiekio ir galimai informacijos atskleidimą sąlygojančių veiksnių ryšį. Tyrimui buvo naudojamas Spirmeno koreliacijos koeficientas.

Taigi, siekiant praplėsti ir papildyti ankstesnių autorių išvalgas, analizuojant savanorišką informacijos atskleidimą įmonių interneto svetainėse ir metiniuose pranešimuose Lietuvos mastu, buvo pasirinkta platesnė tyrimo imtis (106 įmonės), tarp kurių daugiausiai mažų ir vidutinių įmonių. Tyrime analizuota priklausomybė tarp įmonių pateikiamos informacijos ir įmonės darbuotojų skaičiaus, gaunamų pajamų (įmonės dydžio), pelningumo ir įmonės amžiaus (metų skaičius nuo įmonės įregistravimo).

4. LIETUVOS ĮMONIŲ SAVANORIŠKO INFORMACIJOS ATSKLEIDIMO INTERNETO SVETAINĖSE VEIKSNIŲ TYRIMO REZULTATAI

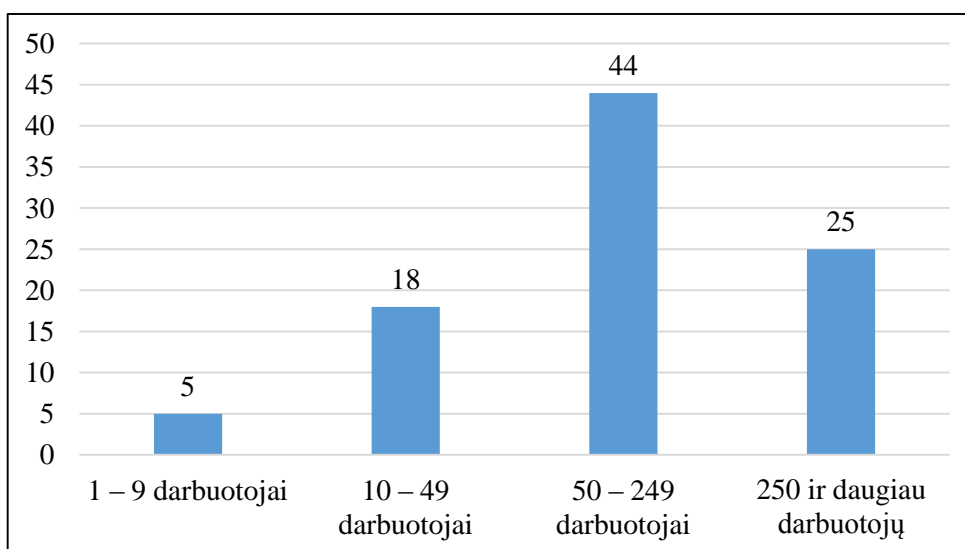
4.1. Imties įmonių charakteristikos ir bendroji savanoriško informacijos atskleidimo situacija

Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad 11 įmonių iš 106 neturėjo interneto tinklapio, o 3 įmonės priklausė vienai įmonių grupei ir buvo pašalintos, siekiant, kad nesidubliuotų duomenys, dėl šios priežasties galutinė tyrimo imtis buvo 92 įmonės. Didžiosios dalies įmonių verslo forma – uždaroji akcinė bendrovė (žr. 14 lent.).

14 lentelė. Imties įmonių pasiskirstymas pagal verslo formą (sudaryta autorės)

Verslo forma	Įmonių skaičius
UAB	83
AB	7
Kitos	2

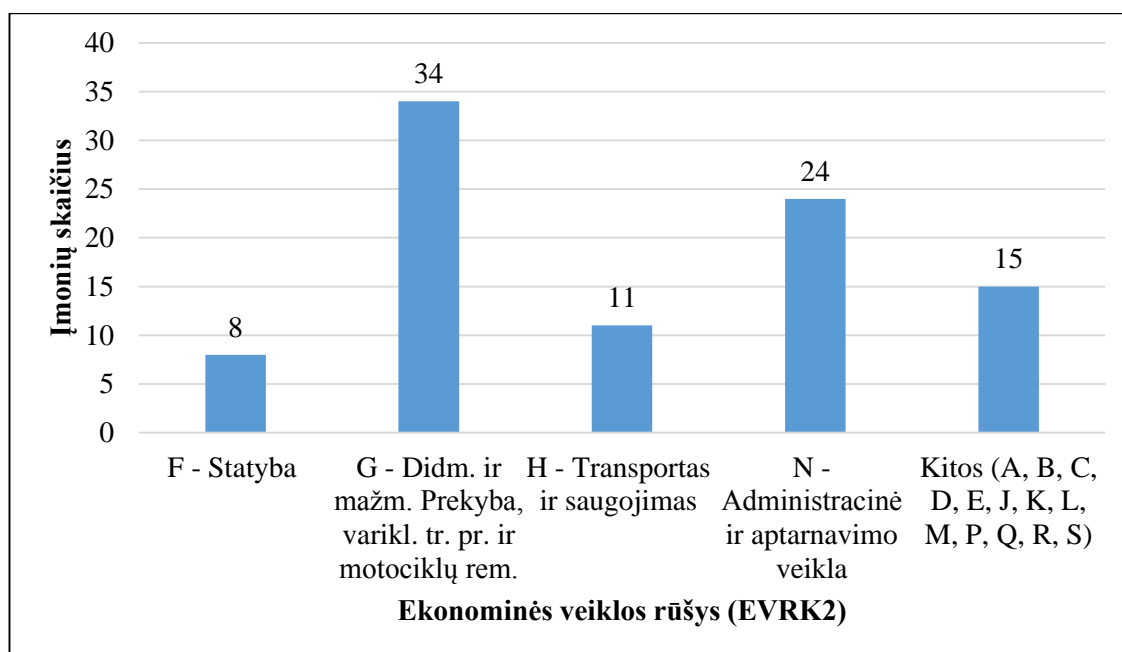
Atrinktų įmonių imtis buvo padalinta į keturias grupes, vertinant įmonės dydį pagal darbuotojų skaičių (1 – 9 darbuotojai; 10 – 49 darbuotojai; 50 – 249 darbuotojai ir 250 bei daugiau darbuotojų). Kaip matyti 6 paveiksle, didžiausią dalį imties įmonių sudarė mažos ir vidutinės įmonės (67 įmonės) ir 25 didelės įmonės. Taigi didelio mažų ir vidutinių įmonių skaičiaus imtyje, šis tyrimas prisideda prie mažų ir vidutinių įmonių elgsenos, atskleidžiant informaciją internete, ypatumų analizės, kuri yra svarbi dėl to, kad Lietuvoje didžiąją dalį visų įmonių sudaro mažos ir vidutinės įmonės. Įmonių charakteristikos pateiktos 4 priede.



6 pav. Imties įmonių pasiskirstymas pagal įmonės dydį, įvertintą darbuotojų skaičiumi (sudaryta autorės)

Įmonių pasiskirstymas pagal ekonomines veiklos rūšis pateikiamas 7 paveiksle ir 5 priede. Daugiausiai įmonių tarp analizuotųjų pagal EVRK2 priklausė didmeninės ir mažmeninės prekybos,

variklinių transporto priemonių ir motociklų remonto ekonominės veiklos rūšiai (37 proc.) ir administracinei bei aptarnavimo veiklai (26,1 proc.), transporto ir saugojimo veiklai bei administracinei ir aptarnavimo veiklai. Likusios 15 įmonių buvo atrinktos iš skirtingų veiklos sektorių (A – žemės ūkis, miškininkystė ir žuvininkystė; B – kasyba ir karjerų eksploatavimas; C – apdirbamoji gamyba; D – elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas; E – Vandens tiekimas, nuotekų valymas, atliekų tvarkymas ir reglamentavimas; I – apgyvendinimo ir maitinimo veikla; J – informacija ir ryšiai; K – finansinė ir draudimo veikla; L – nekilnojamojo turto operacijos; M – profesinė, mokslinė ir techninė veikla; P – švietimas; Q – žmonių sveikatos priežiūra ir soc. darbas; R – meninės, pramoginės ir poilsio organizavimo veikla; S – kita aptarnavimo veikla), iš šių sektorių įmonių imtyje buvo tik po dvi arba vieną, toks įmonių pasiskirstymas pagal veiklos rūšis buvo nulemtas fakto, kad bendrojoje populiacijoje įmonių iš šių sektorių procentinė dalis buvo nedidelė.



7 pav. imties įmonių pasiskirstymas pagal ekonominės veiklos rūšis (EVRK2) (sudaryta autorės)

Imties įmonių reglamentavimo skirtumai. Įmonių svetainėse pateikiamos savanoriškos informacijos kiekis ir struktūra tarp atskirų sektorių įmonių nesutampa dėl reglamentavimo skirtumų. Analizuojant atrinktas tyrimo imties įmones, svarbu paminėti, kad griežtesniu reglamentavimu pasižymi listinguojamos įmonės, kurių akcijomis prekiaujama „Nasdaq Omx Baltic“ biržoje (reglamentuoja vertybinių popierių rinkos įstatymas, informacijos apie emitentų esminius įvykius atskleidimo taisyklės, Vilniaus vertybinių popierių biržos prekybos taisyklės, Vilniaus vertybinių popierių biržoje listinguojamų bendrovių valdymo kodeksas, viešojo reglamentuojamos informacijos ir jos perdavimo į centrinę reglamentuojamos informacijos bazę gairės, preliminarinių veiklos rezultatų ir veiklos prognozių skelbimo gairės). Tokios įmonės savo interneto svetainėje viešai privalo skelbti metinę veiklos informaciją, informaciją susijusią su akcijų suteikiamomis teisėmis, metinę informaciją

ir informaciją apie viešai skelbtų prognozių vykdymą. Šioms įmonėms neprivaloma, t. y. rekomenduojama paskelbti bent paskutiniųjų metų tarpinę finansinę informaciją interneto svetainėje. Tokios rekomendacijos laikėsi visos listinguojamos į tyrimo imtį pateikusios įmonės: AB „Gubernija“, AB „Vilkyškių pieninė“ ir AB „Amber Grid“.

Energetikos sektoriuje veikiančių įmonių informacijos skelbimas reglamentuojamas įvairiais valstybinės kainų ir energetikos kontrolės komisijos nutarimais (pvz.: dėl elektros energetikos įmonių apskaitos atskyrimo, sąnaudų paskirstymo ir su apskaitos atskyrimu susijusių reikalavimų aprašo patvirtinimo, valstybinės kainų ir energetikos kontrolės komisijos nutarimas dėl viešai skelbiamos informacijos tvarkos aprašo patvirtinimo) ir įsakymu dėl informacijos, susijusios su energetikos veikla, teikimo valstybės institucijoms, įstaigoms ir trečiosioms šalims taisyklių patvirtinimo, energetikos įmonių informacijos tiekimo taisyklėmis. Griežčiau informacijos pateikimas internete reglamentuojamas farmacijos įmonėms (vaistų rinkodaros etikos kodeksas), taip pat griežtesni reikalavimai taikomi viešojo intereso įmonėms (įmonėms, kurių akcijomis prekiaujama reguliuojamoje rinkoje, bankams, draudimo įmonėms ir kt.). Įmonių informacijos atskleidimas internete yra reglamentuojamas akcinių bendrovių įstatymo, Lietuvos Respublikos viešųjų pirkimų įstatymo, apie vykdomus Europos sąjungos projektus įmonės privalo pateikti informaciją pagal įsakymą dėl projektų administravimo ir finansavimo taisyklių patvirtinimo (2016.03.24 redakcija), taip pat informacijos atskleidimą reglamentuoja finansinės atskaitomybės įstatymas (IX – 575 pakeitimas), civilinio kodekso reikalavimai, tarptautiniai finansinės atskaitomybės standartai ir verslo apskaitos standartai. Informacijos atskleidimas yra reglamentuojamas ne vien šalies, bet ir regioniniu lygmeniu: Europos parlamento ir tarybos direktyvomis: 2013/34/ES (reglamentuojamas vadovybės pranešimo turinys) ir 2014/95/ES (keičiamos nuostatos dėl tam tikrų didžiųjų įmonių ir grupių nefinansinės ir įvairovės informacijos atskleidimo).

Metiniai pranešimai. Remiantis Lietuvos Respublikos įmonių finansinės atskaitomybės įstatymu, viešojo intereso įmonės, tame tarpe ir listinguojamos įmonės, taip pat įmonės, kurių produkcijos kainos yra reguliuojamos valstybės, savo interneto svetainėse privalo pateikti finansines ataskaitas ir metinį pranešimą. 6 iš analizuotųjų įmonių savo interneto tinklapyje pateikė metinius pranešimus, finansines ar metines veiklos ataskaitas (AB „Gubernija“, AB „Vilkyškių pieninė“, AB „Amber Grid“, AB „Panevėžio energija“, UAB „Lietuvos dujų tiekimas“, UAB „Vilniaus vandenys“). AB „Gubernija“, AB „Vilkyškių pieninė“ ir AB „Amber Grid“ savo metinius pranešimus privalo pateikti todėl, kad jų akcijomis prekiaujama Nasdaq omx Baltic biržoje, tuo tarpu UAB „Vilniaus vandenys“, UAB „Lietuvos dujų tiekimas“, AB „Panevėžio energija“, taip pat ir anksčiau minėtoji AB „Amber Grid“ yra valstybės valdomos įmonės, kurioms veiklos ataskaitų pateikimas yra reglamentuojamas. AB „DFDS Seaways“ pateikia tik grupės metinį pranešimą grupės svetainėje, bet ne įmonės svetainėje, atskirai Lietuvoje veikiančios įmonės ataskaitų nėra pateikiama, taigi grupės

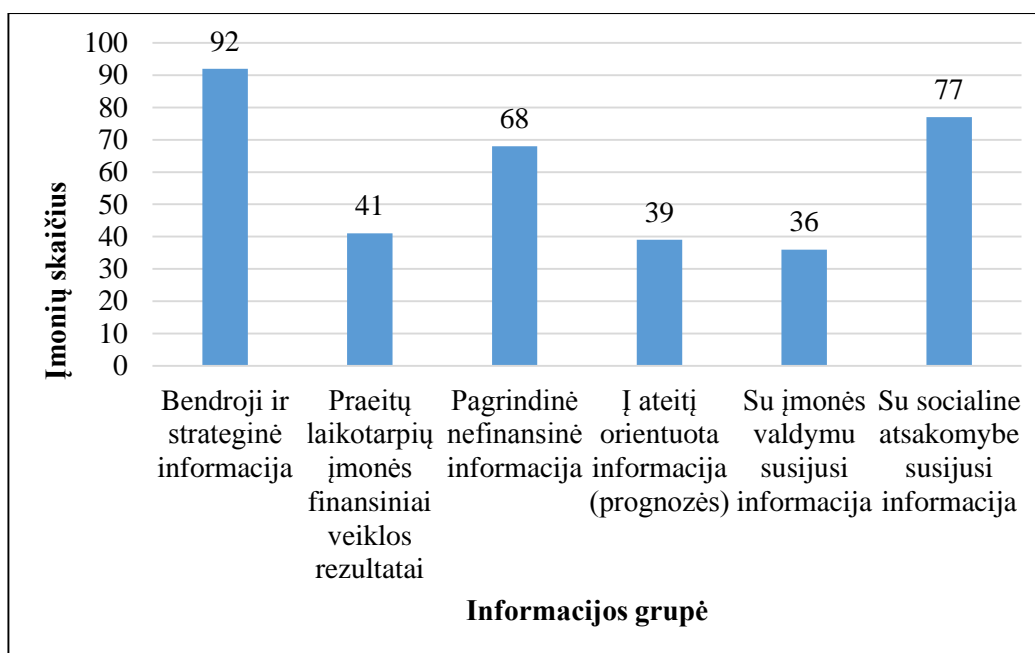
pranešimas nebuvo analizuojamas dėl to, kad jis įtraukia daugelio įmonių informaciją. Kadangi tik nedidelis skaičius įmonių, 3 įmonės pateikė savo metinius pranešimus viešai interneto svetainėje, buvo sumuojama savanoriškai pateikiama informacija randama įmonių tinklalapiuose ir metiniuose pranešimuose.

Finansinę (finansinius rezultatus) ir nefinansinę (nefinansinius rezultatus, su personalu susijusią informaciją) įmonės turi pateikti metiniuose pranešimuose pagal įmonių finansinės atskaitomybės įstatymą. Tačiau paliekama laisvės sprendimui apie pateikiamos informacijos kiekį, kas taip pat daro įtakos suinteresuotųjų grupių sprendimų priėmimui, kadangi įmonės neretai pateikia minimalų kiekį reglamentuojamos informacijos ir nesistengia pateikti išsamesnės informacijos, kas padidintų įmonės skaidrumą suinteresuotųjų šalių akyse. Pavyzdžiui, AB „Vilkyškių pieninės“ metiniame pranešime papildomai pateikiama informacija apima informaciją apie įmonės apdovanojimus, rėmimo veiklą, taip pat informaciją apie įvykius, tokius, kaip jubiliejai, prekybos akcijomis informaciją, informaciją apie įmonės istoriją, dalyvavimą parodose ir papildomą informaciją apie įmonės prekybos ir gamybos apimčių rodiklius, taip pat informaciją apie pagrindines įmonės rinkas, kelerių metų istorinę informaciją apie įmonės investicijas, turimus sertifikatus, konkurentus Tuo tarpu AB „Gubernija“, kitaip nei Vilkyškių pieninė savo metiniame pranešime apsiriboja tik reglamentuojamos informacijos pateikimu. Taigi, informacijos pateikimas susijęs su neapibrėžtumu, kiek informacijos pateikti, dėl to atsiranda daug laisvės teisės aktų interpretavimui.

Kitos 85 įmonės, kurioms finansinių ataskaitų, veiklos ataskaitų ir metinio pranešimo viešas pateikimas interneto svetainėje nėra reglamentuojamas įstatymų nustatyta tvarka, jų nepateikė, tai rodo apie įmonių nenorą dalintis neprivaloma pateikti viešai internete finansine informacija ir, kalbant apie finansinių duomenų atskleidimą, nenorą pateikti savanoriškai finansinės informacijos viešai prieigai ar informuoti suinteresuotąsias grupes apie finansinius įmonių rezultatus.

Skirtingų grupių informacijos atskleidimas. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad daugiausiai savanoriškai įmonės atskleidžia bendrosios informacijos (žr. 8 pav., žr. 6 pried.).

Nors kokią bendrąją informaciją pateikė visos tyrimo imties įmonės, vidutiniškai 19,9 tūkst. žodžių (žr. 15 lent., 6 pried.). Taip pat gana daug dėmesio įmonės skiria socialinės atsakomybės informacijos atskleidimui (pateikė 84 proc. visų įmonių), tačiau vidutinis žodžių skaičius daugiau nei 15 kartų mažesnis, nei pateikiamos bendrosios ir strateginės informacijos. Nemažas įmonių skaičius pateikia savo interneto tinklalapiuose pagrindinę nefinansinę informaciją (76 proc. visų įmonių), tačiau tokios informacijos kiekis nėra didelis, tarp atskleidžiančių įmonių vidutiniškai apie 100 žodžių, atskleidžiama daugiausiai 6 iš 9 šiai informacijos grupei priskiriamų kriterijų.



8 pav. Įmonių interneto svetainėse pateikiamos informacijos pasiskirstymas pagal informacijos grupes (sudaryta autorės)

Mažiausias skaičius įmonių pateikia informacijos, susijusios su įmonės valdymu ir vadovų pateikiamais komentarais (39 proc. imties įmonių), tačiau atskleidžiančiose įmonėse tokios informacijos kiekis yra nemažas, vidutiniškai apie 500 žodžių, tokią informaciją daugiausiai sudaro įmonės vadovų komentarai ir pasisakymai apie įmonės veiklą. Išanalizavus įmonių interneto tinklalapius, nustatyta, kad įmonės pateikiamos nefinansinės informacijos kiekis ženkliai viršija finansinės informacijos kiekį. Informaciją apie praeitų laikotarpių finansinės veiklos rezultatus (dažniausiai įmonės pajamų kitimo tendencijas) ir į ateitį orientuotą informaciją (daugiausiai apie naujų produktų kūrimą) pateikė 37 proc. imties įmonių.

15 lentelė. Mažiausias, didžiausias ir vidutinis žodžių skaičius su atskiros grupės informacija (sudaryta autorės)

Informacijos grupė \ Žodžių skaičius ¹	Mažiausias kiekis, ž.	Didžiausias kiekis, tūkst. ž.	Vidurkis, tūkst. ž.
Bendroji informacija	Iki 100 ž.	858,8	19,9
Praeitų laikotarpių įmonės finansiniai veiklos rezultatai	0	0,9	0,2
Pagrindinė nefinansinė informacija	0	1,1	0,1
Į ateitį orientuota informacija	0	6,9	1,0
Su įmonės valdymu susijusi informacija	0	3,3	0,5
Su socialine atsakomybe susijusi informacija	0	12,2	1,3

¹ Apytikslis žodžių skaičius. Egzistuoja žodžių skaičiavimo paklaida dėl nevienodo skaičiavimui naudotų kompiuterinių programų ir metodų tikslumo.

Siekiant palyginti skirtingų įmonių savanorišką informacijos atskleidimą, kiekvienai įmonei buvo sudaryti informacijos atskleidimo indeksai pagal pateikiamos informacijos įvairovę (kiek skirtingų informacijos atskleidimo kriterijų pateikiama) ir pagal tam tikros grupės informacijos struktūrinių teksto vienetų (žodžių) skaičių.

Visų pirma buvo sudaromas informacijos pateikimo interneto svetainėje indeksas (SC_I), rodantis, kokią dalį kriterijų iš pradinio informacijos atskleidimo indeksui sudaryti pasirinktų kriterijų sąrašo įmonė pateikia, lyginant su maksimaliu galimu surinkti (60 kriterijų) indekso kriterijų skaičiumi. Indekso maksimali reikšmė lygi 1. Didžiausia tarp analizuotųjų įmonių užfiksuota šio indekso reikšmė lygi 0,64 (žr. 16 lent.), t. y., maksimalus skaičius kriterijų, kuriuos atskleidė viena įmonė skaičius tarp imties įmonių yra 40 iš 60 (64 proc. visų indeksą sudariusių kriterijų). Tai reiškia, kad nei viena įmonė nepateikė maksimalaus galimo informacijos atskleidimo kriterijų skaičiaus, o mažas (0,26) SC_I indekso vidurkis rodo, kad bendras savanoriško informacijos atskleidimo lygis tarp įmonių yra žemas (žr. 7 pried.). Vidutiniškai bendrosios ir strateginės informacijos kriterijų yra pateikiama apie 7 iš 14 galimų, socialinės atsakomybės informacijos 3 iš 13 galimų, pagrindinės nefinansinės informacijos 2 iš 9 galimų, o visų kitų informacijos grupių vidutiniškai buvo pateikiama po 1 kriterijų (iš 10 į ateitį orientuotos informacijos kriterijų ir 8 finansinės informacijos kriterijų ir 5 su įmonės valdymu susijusios informacijos kriterijų).

16 lentelė. Mažiausios, didžiausios ir vidutinės informacijos kiekio (VID_Z_I) ir informacijos pateikimo (SC_I) indekso reikšmės (sudaryta autorės)

	Įmonių sk.	Minimumas	Maksimumas	Vidurkis	Standartinis nuokrypis
VID_Z_I	92	0,0000142	0,46	0,07	0,10
SC_I	92	0,06	0,64	0,26	0,15
Z_BS	92	0	1,00	0,02	0,11
SC_B	92	2,00	12,00	6,74	2,55
Z_F	92	0	1,00	0,08	0,17
SC_F	92	0	7,00	0,80	1,23
Z_N	92	0	1,00	0,08	0,17
SC_N	92	0	5,00	1,65	1,45
Z_P	92	0	1,00	0,06	0,15
SC_P	92	0	4,00	0,67	0,97
Z_V	92	0	1,00	0,06	0,17
SC_V	92	0	5,00	0,82	1,29
Z_SOC	92	0	1,00	0,09	0,16
SC_SOC	92	0	12,00	2,96	2,72

Įvertinus atskleidžiamos informacijos aspektų įvairovę žyminčių kriterijų pateikimą SC_I indeksu, buvo vertinamas interneto svetainėje pateikiamų žodžių skaičius atskiroms grupėms ir sudaromas žodinis indeksas: Z_BS –bendrajai ir strateginei informacijai, Z_N – nefinansinei informacijai, Z_F – finansinei informacijai, Z_P – į ateitį orientuotai, prognozei informacijai, Z_V – valdymo informacijai ir Z_SOC – socialinei informacijai. Šio indekso reikšmės gali kisti nuo 0 iki 1, kur 1 atitinka didžiausią tam tikros informacijos kiekį žodžiais pateikusios įmonės įvertinimą, o 0 –

informacijos nepateikimą (minimalią reikšmę tarp įmonių). Atsižvelgiant į tai, kad minimali užfiksuota imties įmonių tam tikros grupės informacijos reikšmė teksto vienetais (žodžiais) yra lygi informacijos nepateikimui, indeksų įvertinimas parodo įmonių informacijos atskleidimo lygį, lyginant su daugiausiai tam tikros grupės informacijos pateikusia įmone.

Bendrosios ir strateginės informacijos vidutiniškai pateikiama apie 26 proc. didžiausią bendrosios ir strateginės savanoriškos informacijos kiekį žodžiais pateikusios įmonės informacijos lygio, finansinės informacijos – vidutinis informacijos pateikimo lygis neviršija 10 proc. daugiausiai informacijos pateikusios įmonės lygio, taip yra todėl kad nemažas skaičius įmonių finansinės, nefinansinės, į ateitį orientuotos, valdymo ir socialinės atsakomybės informacijos iš viso nepateikia. Visų informacijos grupių vidutinio indekso maksimali galima reikšmė – 1, būtų tuo atveju, jei ta pati įmonė pateiktų daugiausiai visų informacijos grupių informacijos, tačiau tokios reikšmės nepasiekė nei viena įmonė, didžiausia nustatyta VID_Z_I reikšmė buvo 0,46, tai rodo, kad įmonė pateikianti didelį kiekį vienos grupės informacijos nebūtinai pateiks daugiausiai ir kitų grupių informacijos. Atsižvelgiant į tai, kad mažiausia visų įmonių VID_Z_I indekso reikšmė mažesnė už 0,01, o vidurkis yra lygus 0,07, galima teigti, kad egzistuoja dideli skirtumai tarp imties įmonių savanoriško informacijos atskleidimo apimčių.

Bendroji ir strateginė informacija. Iš bendrosios ir strateginės informacijos grupės kriterijų didžiausiais kiekiais (žodžiais) buvo pateikiama informacijos apie įmonės gaminamus pagrindinius produktus/paslaugas, tokią informaciją pateikė 78 įmonių iš 92 (85 proc.), informacija apie įmonės produktus ir paslaugas vidutiniškai sudarė 20,6 tūkst. žodžių, kadangi nemaža dalis analizuotų įmonių – elektroninės. 47 įmonės naudoja e – komercijos tikslais, interneto svetainėje pateikia išsamius produkcijos aprašymus ir suteikia galimybę tiesiogiai ar susisiekius su įmonės vadybininku ar atstovu užsisakyti prekę, pagal internete pateiktą aprašymą.

Informacijos apie produktus pateikimas labai priklauso nuo gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų pobūdžio. Kai įmonės teikia paslaugas, jų aprašymas dažniausiai yra trumpesnis nei gamybinės ar prekybinės įmonės produktų aprašymas. Tačiau yra ir tokių gamybinių įmonių, kurios interneto svetainėje pateikia tik gaminamos produkcijos nuotraukas. Kai kurios analizuotos įmonės informaciją pateikia tik registruotiems vartotojams. Taip pat daugelis analizuotų įmonių interneto svetainėje buvo linkusios pateikti bendrą verslo aprašymą (88 proc. įmonių) ir trumpą įmonės istorijos aprašymą (74 proc. visų įmonių). Nors 74 proc. įmonių pateikė informaciją apie įmonės istoriją, tačiau tokios informacijos vidutiniškai buvo pateikiama apie tik apie 0,3 tūkst. žodžių.

51 proc. įmonių buvo linkusios atskleisti informaciją apie plėtros projektų aprašymus ir su įmone susijusius įvykius. Apie su įmone susijusius įvykius (neesminius, atsižvelgiant į tai, kad listinguojamoms įmonėms esminių įvykių pateikimas yra reglamentuojamas vertybinių popierių

įstatymo), buvo pateikiama vidutiniškai 2,6 tūkst. žodžių, vienos įmonės pateiktos informacijos apie įmonės įvykius kiekio didžiausia užfiksuota reikšmė siekė 21,7 tūkst. žodžių.

41 proc. analizuotų įmonių savo interneto tinklapiuose pateikiama informacija bent trumpu aprašymu siekė akcentuoti savo pasiekimus, pateikdamos informaciją apie gautus apdovanojimus, kurie vidutiniškai sudarė apie 400 žodžių.

Rečiausiai tarp imties įmonių pasitaikė, kad įmonės atskleistų informacijos apie įmonių organizacinę struktūrą, įėjimo į rinką barjerus, įmonės misiją, viziją, strategiją ir tikslus, diskusiją apie pramonės tendencijas (pateikė mažiau nei 30 įmonė). 46 įmonės pateikė informaciją apie pagrindines rinkas, tačiau tokios informacijos buvo nedaug, vidutiniškai įmonei teko mažiau nei 100 žodžių.

Galima išskirti įmones, kurių bendrosios informacijos buvo pateikiama daugiausiai: UAB „Senukų prekybos centras“, UAB „Inter Cars Lietuva“, UAB „Jupojos statybinės medžiagos“. Tuo tarpu UAB „Peikko Lietuva“ pateikia išsamiausias aprašymus ir daugiausiai informacijos apie teiktas paslaugas (vykdytus projektus). Dėl pateikiamos bendrosios informacijos didelio kiekio jos informacijos atskleidimo indekso reikšmė ženkliai skiriasi nuo kitų įmonių.

Socialinės atsakomybės informacija. Šiuo metu nėra socialinės atsakomybės informacijos atskleidimo internete reglamentavimo, tačiau nuo 2016 m. pabaigos įsigalioja 2014/95/ES direktyva didžiosioms viešojo intereso įmonėms, kad įmonės pateiktų nefinansinę ataskaitą interneto tinklapyje, kurioje būtų pateikiama su socialine atsakomybe susijusi informacija.

Tarp analizuotų įmonių, socialinės atsakomybės ataskaita pateikiama grupės, kuriai priklauso AB „DFDS Seaways“ puslapyje, tačiau į Lietuvos rinką orientuotame AB „DFDS Seaways“ puslapyje lietuvių kalba socialinės atsakomybės ataskaitų nėra pateikiama, tuo tarpu AB „Mars Lietuva“ savo interneto tinklapyje pateikė vienerių metų tvarumo ataskaitą. Likusi dalis įmonių socialinės atsakomybės ataskaitų nepateikia, tačiau didelė dalis įmonių linkusios pateikti su socialine atsakomybe susijusią informaciją. Įmonės dažniausiai (68 proc. įmonių) savo interneto tinklalapiuose pateikia informaciją apie įdiegtas kokybės vadybos sistemas ir turimus kokybės sertifikatus, vidutiniškai apie 300 žodžių, taip pat informaciją apie produkto saugumą (35 proc. įmonių), teikiamą paramą ir labdarą (35 proc. analizuotų įmonių).

Labai retai pateikiama socialinės atsakomybės informacija tarp analizuotų įmonių apie aplikai „draugiškų“ produktų kūrimą (10 proc. įmonių), tokią informaciją iš analizuotų įmonių pateikia pavyzdžiui, transportavimo įmonės, kurios nori pabrėžti siekį sumažinti poveikį aplinkai, taip pat nemažai aplinkosauginės informacijos pateikia tokios įmonės, kurių veikla susijusi su komunalinių atliekų tvarkymu. Apie žmogaus teisių gynimą pateikė informaciją 7 proc. įmonių, pavyzdžiui, apie lygias vyrų ir moterų teises, bet kokios diskriminacijos darbe netoleravimą.

Pastebėta, kad įmonės savo interneto svetainėse nepateikia informacijos apie nelaimingus įvykius darbo vietoje, tokios informacijos nepavyko rasti nei vienos įmonės interneto svetainėje. Tai

gali reikšti, kad įmonės vengia neigiamos informacijos pateikimo, kad tokiu būdu nepakenktų savo turimai reputacijai. Didžiausią kiekį informacijos įmonės pateikia savo etikos kodeksuose iki 8,3 tūkst. žodžių, tačiau tokią informaciją atskleidė tik 12 proc. imties įmonių.

Galima paminėti įmones, pateikusias daugiausiai socialinės atsakomybės informacijos. UAB „Devold AMT“ informacija apie turimus kokybės sertifikatus yra labai išsami. Taip pat labai daug informacijos pateikia UAB „Senukų prekybos centras“ pirmaujanti tiek pagal bendrai pateikiamos informacijos kiekį, tiek ir pagal socialinės atsakomybės informacijos kiekį. Tai, kad įmonė stengiasi būti socialiai atsakinga rodo ir įmonės pasiekimai, 2015 m. ji buvo apdovanota „European Business Award“, dėl to vertina ir įmonės socialinės atsakomybės veikla bei diegiamos inovacijos. UAB „Roche Lietuva“ pateikia profesinės etikos kodeksą, kurio apimtis 54 psl. UAB „Vilniaus vandenys“ taip pat pateikia darbuotojų etikos kodeksą, daug dėmesio skiria paramos vykdymui.

Finansinė informacija. Kalbant apie įmonės tekstus, kuriuose pateikiama informacija apie praeitų laikotarpių finansinius rezultatus, daugiausiai įmonės pateikia informacijos apie apyvartą ir jos augimą, vidutiniškai 900 žodžių, tokią informaciją pateikia 38 proc. įmonių. 22 įmonės pateikia įvairią kitą informaciją, pavyzdžiui investicijos, įvairi informacija apie sąnaudas. Daugiausiai finansinės informacijos pateikia tokios įmonės kaip UAB „Baltic data center“, UAB „Small planet airlines“, UAB „Peikko Lietuva“.

Nefinansinė informacija. Kalbant apie nefinansinę informaciją, įmonės daugiausiai pateikia informacijos apie darbuotojų skaičių (41 įmonė). Informaciją apie tai, kas yra įmonių pagrindiniai vartotojai (pvz.: kitos įmonės ar privatūs klientai), pateikia 28 įmonės, 23 įmonės pateikia informaciją pagaminamos produkcijos kiekį (atsižvelgiant į praeities faktus). Nedidelis skaičius įmonių pateikia informaciją apie įmonės darbuotojų lytį ar išsilavinimą (kita nefinansinė informacija). Nefinansinės informacijos daugiausiai pateikia UAB „LitCon“, UAB „Lietuvos dujų tiekimas“, UAB „Senukų prekybos centras“ ir UAB „Peikko Lietuva“, priklausančios apdirbamosios gamybos, didmeninės ir mažmeninės prekybos, statybos ir elektros, dujų ir garo tiekimo ekonominės veiklos rūšims.

Valdymo informacija. Daugiausiai pateikiama informacijos apie įmonės nuosavybės struktūrą (29 įmonės), 20 įmonių pateikia vadovų komentarus apie įmonės veiklą, vienai įmonei tokių komentarų tenka vidutiniškai apie 600 žodžių. Ypač daug vadovų komentarų ir informacijos apie pokyčius valdyme pateikia UAB „Peikko Lietuva“ ir ŽŪK „PienasLt“ taip pat AB „Amber Grid“ ir UAB „Small planet airlines“.

Vertinant didžiausias ir mažiausias bei vidutines pateiktos interneto svetainėse informacijos indeksų reikšmes, nustatyta, kad tiek SC_I indekso atveju, tiek ir naudojant VID_Z_I indeksą, kad vidutiniškai daugiausiai informacijos pateikiama buvo tokių ekonominių veiklų (pagal EVRK2) įmonių interneto svetainėse: 1) informacijos ir ryšių; 2) elektros, dujų, garo tiekimo ir oro kondicionavimo; 3) vandens tiekimo, nuotekų valymo, atliekų tvarkymo ir regeneravimo.

Tuo tarpu vertinant didžiausias nustatytas informacijos indeksų reikšmes, išsiskyrė tokios ekonominės veiklos kaip: didmeninė ir mažmeninė prekyba, apdirbamoji gamyba, transportas ir saugojimas (jai priskiriamos energetikos įmonės) bei informacija ir ryšiai (žr. 8 pried. ir 18 lent.). Viena iš didmeninės ir mažmeninės prekybos veiklos rūšies įmonių, vertinant tarpinius žodžių indeksus, pateikė daugiausiai tarp imties įmonių į ateitį orientuotos ir su socialine atsakomybe susijusios informacijos (indekso reikšmės atitinkamai 0,2768 ir 0,2799), taip pat tarp didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonių buvo užfiksuotos didžiausios žodinių tarpinių indeksų (bendrosios ir strateginės, socialinės, nefinansinės ir valdymo informacijos) reikšmės, tuo tarpu viena statybos sektoriaus įmonė pateikė daugiausiai nefinansinės informacijos (UAB „Peikko Lietuva“).

Informacijos ir ryšių ekonominės veiklos rūšies įmonėse, patekusiose į imtį nustatytas didžiausias (žr. 17 lent., 9 pried.) tarp visų ekonominių rūšių vidutinių įvertinimų pagal bendro žodžių indekso reikšmes ir vienas didžiausių įvertinimų pagal atskirų informacijos grupių (vertinant žodžius) vidutines reikšmes (bendroji ir strateginė, finansinė, į ateitį orientuota ir valdymo informacija) ir didžiausias reikšmes (bendroji ir strateginė informacija, finansinė informacija ir valdymo informacija). Vadinasi priklausymas informacijos ir ryšių veiklos rūšiai taip pat gali lemti, kad bus atskleidžiama didesnis kiekis informacijos, tačiau tam reikalinga detalesnė analizė ir didesnis skaičius įmonių, priklausančių informacinių technologijų sektoriui.

17 lentelė. žodžių indekso (VID_Z_I) ir informacijos pateikimo indekso (SC_I) vidurkiai, mažiausios ir didžiausios reikšmės pagal skirtingus sektorius (sudaryta autorės)

Veiklos sritis	VID_Z_I vidurkis	VID_Z_I MAX	VID_Z_I MIN	SC_I vidurkis	SC_I Max	SC_I Min	Įmonių sk.
Profesinė, mokslinė ir techninė veikla	0,002	0,002	0,00158	0,08	0,08	0,08	1
Kasyba ir karjerų eksploatavimas	0,007	0,007	0,00669	0,09	0,09	0,09	1
Finansinė ir draudimo veikla	0,002	0,002	0,00151	0,13	0,13	0,13	1
Administracinė ir aptarnavimo veikla	0,004	0,005	0,00245	0,15	0,17	0,13	2
Žemės ūkis, miškininkystė ir žuvininkystė	0,007	0,007	0,00687	0,15	0,15	0,15	1
Apgyvandinimo ir maitinimo paslaugų veikla	0,013	0,013	0,01346	0,15	0,15	0,15	1
Nekilnojamojo turto operacijos	0,037	0,074	0,00052	0,17	0,26	0,08	2
Didmeninė ir mažmeninė Prekyba, variklių, tr. priemonių ir motociklų remontas	0,074	0,375	0,00001	0,26	0,58	0,06	34
Apdirbamoji gamyba	0,061	0,459	0,00001	0,26	0,64	0,06	24
Transportas ir saugojimas	0,074	0,324	0,00168	0,27	0,53	0,11	11
Statyba	0,052	0,251	0,00080	0,27	0,47	0,15	8
Elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas	0,109	0,155	0,06377	0,34	0,36	0,32	2
Informacija ir ryšiai	0,139	0,257	0,02102	0,35	0,53	0,17	2
Meninė, pramoginė ir poilsio org. veikla	0,094	0,094	0,09369	0,38	0,38	0,38	1
Vandens tiek., nuotekų valymas, atliekų tvarkymas ir regeneravimas	0,131	0,131	0,13122	0,45	0,45	0,45	1

Mažiausiai informacijos pateikė profesinės, mokslinės bei techninės veiklos įmonė UAB „Inspired Communications“, savo svetainėje pateikianti įvairias apžvalgas ir kitą informacinio pobūdžio bei su rinkodara susijusį turinį ir finansinės ir draudimo veiklos srities įmonė UAB „SB Lizingas“, kurios internetinės svetainės paskirtis – elektroninės prekybos vykdymas, vartotojui

suteikiant savitarnos galimybę (papildomos informacijos mažiau, kitaip nei bankų puslapiuose). Tačiau, norint spręsti apie konkretaus sektoriaus sąryšį su informacijos atskleidimu, reikėtų pasirinkti daugiau įmonių, priklausančių vienam sektoriui.

Šiame tyrime įmonių pateikiama informacija analizuojama pagal teoriniu aspektu sudarytą informacijos atskleidimo indeksą, kuris neįtraukia tam tikros įmonės svetainėje rastos informacijos, analizuojama pagal ankstesnių autorių naudotus ir dažnai literatūroje sutinkamus kriterijus. Kriterijai parinkti remiantis informacijos internete atskleidimo ir informacijos metiniuose pranešimuose pateikimo indeksais, kadangi kai kurie autoriai naudoja tokią pačią indekso struktūrą tiek metinių pranešimų, tiek ir įmonės interneto svetainių analizei (Borbolla, Larrán, López, 2005). Be informacijos grupių, įtrauktų į indeksą, skirtą internete informacijos tyrimui, sudarytą teoriniu aspektu, tyrimo metu buvo nustatytos papildomos įmonių pateikiamos informacijos kategorijos, pasitaikiusios kai kurių įmonių internetiniuose puslapiuose. 21 iš analizuotųjų įmonių savo interneto svetainėje pateikia informacinius tekstus, vienaip ar kitaip susijusius su teikiama produkcija ir paslaugomis (nuo bendrų pasaulio mokslinių naujienų iki receptų pateikimo), farmacijos įmonėms tokios informacijos pateikimas yra rekomenduojamas vaistų rinkodaros etikos kodekso, o energetikos sektoriuje veikiančioms įmonėms, tokioms kaip AB „Panevėžio energija“, AB „Amber Grid“ techninės informacijos pateikimas dujų terminalo naudotojams yra privalomas. Kita informacija, kurią pateikia įmonės savo svetainėse – dažniausiai užduodami klausimai (11 įmonių atvejų).

Taip pat galima išskirti atvejus, kai įmonės savo interneto svetainėje pateikia informaciją apie santykius dėl autorinių teisių, santykius su teisėsauga (UAB „Peikko Lietuva“, ŽŪK „PienasLT“). Atsižvelgdamos į Lietuvos respublikos asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymą ir kitus privatumą reglamentuojančius teisės aktus, įmonės pateikia privatumo ir duomenų saugumo politiką savo interneto svetainėse.

Apibendrinant galima teigti, kad analizuojamų įmonių informacijos atskleidimo praktika skiriasi, ji stipriai priklauso nuo skirtingo sektorių veiklos reglamentavimo. Taip pat skirtumus lemia skirtinga įmonių veiklos specifika, pavyzdžiui, e – komercija besiverčiančios įmonės pateikia daug informacijos apie produktą. Įmonės, kurių veikla susijusi su aplinkos apsauga, pavyzdžiui, atliekų šalinimo įmonė, pateikia daug aplinkosauginės informacijos, įmonės, kurios turi nemažą poveikį aplinkai, pvz.: transporto ir saugojimo įmonės, pateikia informaciją apie aplinkai draugiškų produktų kūrimą. Įmonės interneto svetainės naudoja reprezentaciniais tikslais ir interneto svetainėse skelbiama dažniausiai tik teigiama informacija, tarp analizuotųjų įmonių nebuvo nustatyta atvejų, kad įmonė pateiktų informaciją apie nelaimingus atsitikimus darbe arba produkcijos broką, kelios įmonės pateikia tik galimybę kreiptis dėl broko, bet informacijos apie įvykius susijusius su kokybės neatitikimais nėra. Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus, kad iš 106 įmonių 92 įmonės turėjo savo svetainės rodo, kad įmonėms pakanka lėšų jas išlaikyti, dėl to svarbu kad jose būtų pateikiama kuo naudingesnė

informacija suinteresuotosioms grupėms, pavyzdžiui vartotojams, kadangi įmonės dažniausiai nepateikia informacijos apie broką ar gedimus, gali nukentėti vartotojų teisės. Analizuotos įmonės daugiausiai pateikia bendrosios ir strateginės informacijos. Tuo tarpu finansinės informacijos įmonės interneto svetainėse pateikia labai mažai, išskyrus tuos atvejus, kai toks pateikimas yra reglamentuojamas (listinguojamų, valstybės įmonių atveju).

4.2. Koreliacinės analizės rezultatai ir diskusija

Informacijos atskleidimui vieni autoriai taikė koreliacinę ir regresinę analizę, tuo tarpu kiti autoriai naudojo tik koreliacinę analizę, tiriant įmonių informacijos atskleidimo veiksnius (Alhazaimah et al., 2014, Rudžionienė ir Petraškaitė, 2014, Z. Zhang ir J. Zhang 2014). Atsižvelgiant į šių autorių taikytus metodus, toliau informacijos atskleidimo veiksnių tyrimui naudojama koreliacinė analizė, siekiant nustatyti, ar egzistuoja priklausomybė tarp informacijos atskleidimo ir jį galimai lemiančių veiksnių, įvardintų teoriniu aspektu. Tyrimo rezultatai parodė, kad tarp žodžių skaičiumi pagrįsto indekso ir informacijos buvimo/nebuvimo paremto indekso egzistuoja stiprus reikšmingas ryšys, didėjant vieno indekso reikšmei, kitas indeksas taip pat didėja (žr. 18 lent.). Abu indeksai tyrime buvo taikyti, siekiant geriau įvertinti savanorišką informacijos atskleidimą, tiek informacijos pateikimo fakto, tiek ir pateiktos informacijos kiekio (įvertinant žodžiais), aspektu.

18 lentelė. Tyrime naudotų bendrojo informacijos atskleidimo indeksų: kiekybinio indekso (VID_Z_I) ir informacijos pateikimo indekso (SC_I) koreliacinė matrica (sudaryta autorės)

	VID_Z_I	SC_I
Spearman's rho VID_Z_I Correlation Coefficient	1,000	,860**
Sig. (2-tailed)	.	,000
N	92	92
SC_I Correlation Coefficient	,860**	1,000
Sig. (2-tailed)	,000	.
N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

H1 hipotezės apie įmonės dydžio įtaką savanoriškam informacijos atskleidimui, tikrinimas.

H1a: kai įmonės dydis vertintas pajamomis. Įmonės informacijos atskleidimo indeksų ir pajamų koreliacinė analizė (žr. 19 lent.), naudojant Spirmeno koreliacijos koeficientą, kadangi analizuojami kintamieji nebuvo pasiskirstę pagal normalųjį skirstinį (10 pried.), parodė, kad egzistuoja silpnas reikšmingas ryšys tarp įmonės gaunamų pajamų ir bendrojo informacijos atskleidimo internete žodžių indekso (pagal VID_Z_I), su 5 proc. reikšmingumo lygmeniu ($p=0,035<0,05$). Tuo tarpu tarp informacijos pateikimo (yra/nėra informacijos) SC_I indekso ir įmonės pajamų ryšys nustatytas labai silpnas ryšys ($0,196<0,5$) tik su 10 proc. reikšmingumo lygmeniu ($p=0,061<0,1$). Tai reiškia, kad didesnės (daugiau pajamų gaunančios įmonės), pateikia didesnę kiekį (žodžiais) ir įvairesnės informacijos (pagal atskiras kategorijas ir SC_I) indeksą interneto svetainėje, nei mažesnės.

Ryšys tarp įmonės bendrojo informacijos atskleidimo indekso ir įmonės dydžio gali būti paaiškinamas agento, teisėtumo ir suinteresuotųjų grupių teorijomis. Remiantis agento teorija, agento kaštai didėja augant išorinio kapitalo daliai, o ši auga, didėjant įmonei. To teorinis paaiškinimas, didesnės įmonės siekia atskleisti daugiau informacijos, tam, kad būtų sumažinta informacijos asimetrija ir kapitalo kaštai (Broberg et al., 2010, Zadeh, Eskandari, 2012). Remiantis teisėtumo teorija, įmonės egzistavimas priklauso nuo to, kaip visuomenė, kurioje veikia įmonė, ją priima. Didelės įmonės yra labiau pastebimos visuomenės, todėl didelės įmonės, siekdamos pasirūpinti savo reputacija, linkusios atskleisti daugiau informacijos (Juhmani, 2014). Remiantis suinteresuotųjų grupių teorija, kuo didesnė įmonė, tuo yra daugiau ja susidomėjusių asmenų, todėl didelės įmonės, jausdamos didesnę suinteresuotųjų grupių spaudimą ir susidomėjimą, savanoriškai pateikia daugiau informacijos.

Tyrimo rezultatai sutampa su daugelio ankstesnių autorių išvalgomis. Teigiamą ryšį tarp finansinės informacijos savanoriško atskleidimo internete ir įmonės dydžio (vertinto turtu, pajamomis, darbuotojų skaičiumi), nustatė tokie autoriai kaip: Basuony ir Mohamed (2014), Pozniak (2015), Barac et al. (2014), analizuojant tiek finansinės, tiek ir nefinansinės informacijos pateikimą interneto svetainėse, teigiamas ryšys tarp informacijos atskleidimo ir įmonės dydžio buvo nustatytas Ghasempour ir Yusof (2014), Hossain et al. (2012), Jouirou ir Chenguel (2014).

19 lentelė. Bendrojo informacijos atskleidimo įmonių interneto svetainėse ir pajamų koreliacinė matrica (sudaryta autorės)

			VID_Z_I	SC_I	PAJAMOS
Spearman's rho	VID_Z_I	Correlation Coefficient	1,000	,860**	,220*
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,035
		N	92	92	92
	SC_I	Correlation Coefficient	,860**	1,000	,196
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,061
		N	92	92	92
	PAJAMOS	Correlation Coefficient	,220*	,196	1,000
		Sig. (2-tailed)	,035	,061	.
		N	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

H1b: kai įmonės dydis vertintas darbuotojų skaičiumi. Tyrimo rezultatai rodo, kad įvertinus informacijos atskleidimą, naudojant informacijos pateikimo indeksą (SC_I), bendras informacijos atskleidimas ir įmonės dydis, įvertintas darbuotojų skaičiumi tarpusavyje siejasi (žr. 20 lent.). Atsižvelgiant į tai, kad tyrimo kintamieji, tokie kaip įmonės darbuotojų skaičius, nėra pasiskirstę pagal normalųjį skirstinį, naudojamas ranginis Spirmeno koreliacijos koeficientas. Duomenys nėra pasiskirstę pagal normalųjį skirstinį, kadangi tyrimo imtyje esančios įmonės yra labai skirtingos savo dydžiu, tačiau daugiausiai įmonių, turinčių mažiau nei 250 darbuotojų. Egzistuoja labai silpnas reikšmingas ryšys ($0,211 < 0,5$) tarp įmonės informacijos atskleidimo indekso SC_I, vertinančio informacijos buvimą, arba nebuvimą ir įmonės darbuotojų skaičiaus, esant 5 proc. reikšmingumo lygmeniui ($p=0,043 < 0,05$). Tokie tyrimo rezultatai sutampa su ankstesnių autorių, pavyzdžiui Jouirou

ir Chenguel (2014) rezultatais dėl finansinės ir nefinansinės informacijos atskleidimo ir įmonės dydžio, vertinto darbuotojų skaičiumi, teigiamo ryšio. Kaip ir hipotezės dėl pajamų ir įmonės finansinės ir nefinansinės informacijos atskleidimo atveju, tokį ryšį galima paaiškinti agento, teisėtumo, suinteresuotųjų grupių teorijų teiginiais. Tuo tarpu vertinant informacijos atskleidimą žodiniu indeksu (VID_Z_I), ryšio tarp įmonės dydžio, įvertinto darbuotojų skaičiumi, ir įmonės informacijos atskleidimo nebuvo nustatyta ($p=0,129>0,05$, daugiau už 5 proc. reikšmingumo lygmenį).

20 lentelė. Informacijos atskleidimo indekso ir darbuotojų skaičiaus koreliacinė matrica (sudaryta autorės)

			VID_Z_I	SC_I	D_SK
Spearman's rho	VID_Z_I	Correlation Coefficient	1,000	,860**	,159
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,129
		N	92	92	92
	SC_I	Correlation Coefficient	,860**	1,000	,211*
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,043
		N	92	92	92
	D_SK	Correlation Coefficient	,159	,211*	1,000
		Sig. (2-tailed)	,129	,043	.
		N	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Apibendrinant, tiek pajamų, tiek ir darbuotojų skaičiaus hipotezių rezultatus, galima teigti, kad didesnės įmonės atskleidžia įvairesnės informacijos, nei mažesnės (didesnis pateiktų informacijos atskleidimo kriterijų skaičius), tačiau įvairesnės informacijos atskleidimas nebūtinai reiškia, kad bus pateikiamas didesnis informacijos kiekis (vertinant žodžių skaičių). Atlikus tyrimą nustatyta, kad informacijos atskleidimo ir įmonės dydžio vertinimo rezultatai skiriasi, priklausomai nuo to, koks vertinimo matas: pajamos ar darbuotojų skaičius pasirenkamas, vertinant įmonės dydį, taip pat nuo to, koku pagrindu sudaromas informacijos atskleidimo indeksas, vertinant pateikiamų žodžių skaičių ar informacijos pateikimą, be to informacijos atskleidimo veiksnių tyrimo rezultatai gali skirtis priklausomai nuo to, kokie kriterijai įtraukiami į informacijos atskleidimo indeksą.

Atskiros informacijos grupės savanoriško atskleidimo indeksų ir įmonės dydžio koreliacinės analizės rezultatai pateikti 11 priede. Reikšmingo ryšio tarp informacijos grupių, įeinančių į bendrojo indekso sandarą (bendrosios ir strateginės, istorinių finansų rezultatų, valdymo informacijos), ir įmonės dydžio, vertinamo įmonės pajamomis ar darbuotojų skaičiumi, nebuvo nustatyta (žr. 11 pried.). Iš visų analizuotų informacijos grupių, reikšmingas ryšys nustatytas tik tarp socialinės informacijos atskleidimo ir įmonės dydžio, įvertinto darbuotojų skaičiumi ir tarp pagrindinės nefinansinės informacijos bei įmonės pajamų. Tyrimo rezultatai rodo (21 lent.), kad tiek naudojant informacijos pateikimo indeksą (SC_SOC), tiek ir pagal žodžių skaičių sudarytą informacijos kiekio indeksą (SOC), remiantis Spirmeno koreliacijos koeficientu, egzistuoja labai silpnas ($0,245<0,5$ ir $0,216<0,5$) statistiškai reikšmingas ryšys ($0,018$ ir $0,039<0,05$, kai reikšmingumo lygmuo 5 proc.) tarp įmonių socialinės atsakomybės atskleidimo ir įmonės dydžio, įvertintu darbuotojų skaičiumi.

Šis rezultatas rodo, kad didesnės įmonės pateikia didesnį kiekį ir įvairesnės informacijos, nei mažesnės įmonės. Šio tyrimo rezultatai prieštarauja Juhmani (2014) tyrimo rezultatams, kai ryšio tarp įmonės dydžio ir socialinės informacijos atskleidimo nebuvo nustatyta. Tyrimo rezultatai sutampa su Smirnovos ir Rudžionienės (2012) atlikto tyrimo rezultatais, kad daugiau pajamų uždirbančios ir daugiau darbuotojų turinčios įmonės pateikia daugiau socialinės atsakomybės informacijos papildomai.

21 lentelė. Socialinės atsakomybės informacijos atskleidimo interneto svetainėje ir darbuotojų skaičiaus koreliacinė matrica (sudaryta autorės)

			SOC	SC_SOC	D_SK
Spearman's rho	SOC	Correlation Coefficient	1	,797**	,216*
		Sig. (2-tailed)	.	0	0,039
		N	92	92	92
	SC_SOC	Correlation Coefficient	,797**	1	,245*
		Sig. (2-tailed)	0	.	0,018
		N	92	92	92
	D_SK	Correlation Coefficient	,216*	,245*	1
		Sig. (2-tailed)	0,039	0,018	.
		N	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tačiau, kaip ir Rudžionienės ir Petraškaitės (2014) vykdyto socialinės atsakomybės informacijos atskleidimo interneto svetainėse tyrimo atveju, šiame tyrime socialinės informacijos pateikimo ir įmonės dydžio tyrimo rezultatai priklauso nuo pasirinkto įmonės dydžio vertinimo mato: pajamų, darbuotojų skaičiaus ar turto.

Hipotezės apie įmonės pelningumo įtaką informacijos atskleidimui internete tikrinimas.

Įmonės informacijos atskleidimo indeksų ir pelningumo koreliacinė analizė (žr. 22 lent.) parodė, kad nėra reikšmingo ryšio tarp bendrojo įmonių informacijos atskleidimo ir pelningumo, tiek informacijos atskleidimo indekso (VID_Z_I), įvertinančio pateiktų žodžių skaičių ($p=0,606>0,05$), tiek ir indekso, vertinančio informacijos buvimą/nebuvimą (SC_I) atveju ($p=0,799>0,05$).

22 lentelė. Informacijos atskleidimo įmonių interneto svetainėse ir pelningumo koreliacinė matrica (sudaryta autorės)

			VID_Z_I	SC_I	ROS
Spearman's rho	VID_Z_I	Correlation Coefficient	1,000	,860**	-,055
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,606
		N	92	92	92
	SC_I	Correlation Coefficient	,860**	1,000	-,027
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,799
		N	92	92	92
	ROS	Correlation Coefficient	-,055	-,027	1,000
		Sig. (2-tailed)	,606	,799	.
		N	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Taigi, antra tyrimo hipotezė apie bendro (tiek finansinės, tiek nefinansinės informacijos) įmonės savanoriško informacijos atskleidimo ir įmonės pelningumo priklausomybę atmetama. Šio tyrimo rezultatai sutampa su ankstesnių autorių, tokių kaip Ghasempour ir Yusof (2014); Hossain et al. (2012); Alali ir Romero (2012) tyrimų rezultatais, kai buvo analizuojamas bendras įmonių savanoriškas informacijos atskleidimas internete (finansinės ir nefinansinės informacijos) ir nebuvo nustatyta ryšio tarp įmonės informacijos atskleidimo ir pelningumo.

Apibendinant, remiantis atlikto tyrimo rezultatais, bendras visų imties įmonių informacijos atskleidimas nepriklauso nuo įmonės pelningumo, tačiau, atsižvelgiant į tai, kad įmonių informacijos atskleidimą sąlygojantys veiksniai gali skirtis tarp skirtingo dydžio įmonių grupių, reikalingi tikslesni tyrimai vertinant pelningumo įtaką įmonių informacijos atskleidimui.

Hipotezės apie įmonės amžiaus įtaką informacijos atskleidimui internete tikrinimas.

Atlikus informacijos atskleidimo indeksų ir įmonės amžiaus koreliacinę analizę (žr. 23 lent.), naudojant Spirmeno ranginį koreliacijos koeficientą, nenustatyta reikšmingo ryšio tarp įmonių amžiaus ir įmonės informacijos atskleidimo ($p=0,799>0,05$, VID_Z_I indekso atveju, ir $p=0,355>0,05$, SC_I indekso atveju). Tokie tyrimo rezultatai sutampa su kitų autorių, tokių kaip Hossain et al. (2012), analizavusių bendrojo įmonių informacijos atskleidimo internete veiksniais, tyrimo rezultatais. Ryšio tarp atskirų informacijos grupių ir įmonės amžiaus taip pat nenustatyta (žr. 11 pried.). Šie tyrimo rezultatai sutampa su ankstesnių autorių, Hannon (2014) ir Juhmani (2014) analizavusių finansinės ir socialinės informacijos atskleidimą internete veiksniais, tyrimų rezultatais.

Taigi, nustatyta, kad įmonės amžius bendram imties įmonių informacijos atskleidimui įtakos neturi (žr. 23 lent.). Tačiau, kaip ir pelningumo įtakos vertinimo atveju, gali būti, kad įmonių informacijos atskleidimą lemiantys veiksniai skiriasi tarp skirtingo dydžio įmonių grupių, reikalingi detalesni tyrimai vertinant pelningumo įtaką įmonių informacijos atskleidimui atskirai mažoms ir vidutinėms bei didelėms įmonėms.

23 lentelė. Informacijos atskleidimo įmonių interneto svetainėse ir įmonės amžiaus koreliacinė matrica (sudaryta autorės)

			VID_Z_I	SC_I	METAI
Spearman's rho	VID_Z_I	Correlation Coefficient	1,000	,860**	,027
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,799
		N	92	92	92
	SC_I	Correlation Coefficient	,860**	1,000	,098
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,355
		N	92	92	92
	METAI	Correlation Coefficient	,027	,098	1,000
		Sig. (2-tailed)	,799	,355	.
		N	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

H₂ IR H₃ hipotezių dėl pelningumo ir įmonės amžiaus ryšio su informacijos atskleidimu tikrinimas skirtingų dydžių įmonėms.

Anot Collis (2012), aplinka, kurioje mažos įmonės veikia, skiriasi nuo tos, kurioje veikia didelės įmonės, kurių informacijos pagrindiniai naudotojai – suinteresuotosios šalys (kitokios nei investuotojai), tokios kaip tiekėjai, konkurentai ir vartotojai. Dėl šios priežasties tikslai ir savanorišką informacijos atskleidimą lemiantys veiksniai mažose įmonėse skiriasi nuo nustatytų didžiosiose. Atsižvelgiant į tai, papildomai analizuota informacijos atskleidimo priklausomybė nuo pelningumo ir įmonės amžiaus atskirose įmonių dydžio pagal darbuotojų skaičių grupėse. Šios skirtingų dydžių įmonių papildomos išvalgos yra labiau žvalgomojo pobūdžio tolimesniems informacijos atskleidimo internete tyrimams.

Mažos ir vidutinės įmonės, pagal darbuotojų skaičių. Atlikus koreliacinę analizę (žr. 12 pried.) nustatyta, kad labai mažų ir mažų įmonių (23), turinčių nuo 10 iki 49 darbuotojų informacijos atskleidimas internete, įvertintas informacijos buvimo indeksu S_CI (yra/nėra) egzistuoja ryšys su įmonės pelningumu. Atsižvelgiant į tai, kad stebiniai, buvo pasiskirstę pagal normalųjį skirstinį, buvo naudotas Spirmeno koreliacijos koeficientas. Kadangi, $p=0,039$, mažiau už reikšmingumo lygmenį 0,05, nustatytas silpnas ($0,449 < 0,5$), ryšys. Kaip matyti 14 priede, egzistuoja silpnas ryšys tarp mažų įmonių bendrosios informacijos atskleidimo ir pelningumo. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, kad kuo pelningesnė maža įmonė, tuo įvairesnių aspektų (kriterijų), atskleidžia savanoriškai savo interneto svetainėje, iš bendrosios ir strateginės informacijos grupės. Kalbant apie įmonės amžių, ryšio tarp mažų įmonių informacijos atskleidimo ir įmonės amžiaus nebuvo nustatyta (žr. 13 pried., 12 pried.). Tačiau, siekiant gauti patikimesnius rezultatus, reikėtų analizuoti didesnę skaičių mažų įmonių.

Tuo tarpu ryšio tarp bendro vidutinių įmonių informacijos atskleidimo internete ir pelningumo nebuvo nustatyta. Tačiau egzistuoja silpna priklausomybė tarp vidutinio dydžio įmonių, vertinant pagal darbuotojų skaičių, ir finansinės ir pagrindinės nefinansinės informacijos atskleidimo tarpinių indeksų, remiantis informacijos pateikimo indeksais ir indeksais, vertinančiais žodžius (žr. 14 pried., 15 pried.) įmonės pelningumo. Analizuojant dideles įmones ryšio tarp įmonės informacijos atskleidimo ir metų bei pelningumo nebuvo nustatyta (žr. 16 pried. 17 pried.).

Taigi, visų imties įmonių bendras savanoriškas informacijos atskleidimas siejasi su įmonės dydžiu, įvertintu pajamomis ir darbuotojų skaičiumi (vertinant pateikiamos informacijos įvairumą, pagal SC_I, t. y., atskleistų skirtingų informacijos kriterijų skaičių) Didesnės įmonės linkusios atskleisti daugiau informacijos, nes: 1) savanoriškas informacijos pateikimas joms padeda sumažinti informacijos asimetriją tarp įmonės ir kreditorių ir kapitalo kaštus (agento teorija); 2) didesnės įmonės turi daugiau suinteresuotųjų grupių, kurių poreikius joms reikia tenkinti; 3) jos yra labiau matomos visuomenėje ir joms tenka pateikti informacijos daugiau, kad pagerintų savo turimą reputaciją (teisėtumo teorija). Kuo daugiau pajamų uždirba įmonė ir kuo daugiau darbuotojų ji turi, tuo įvairesnės

informacijos, daugiau kriterijų iš SC_I indekso sąrašo pateikia savo interneto tinklalapyje. Tačiau didesnis atskleistų kriterijų skaičius nebūtinai reiškia, kad bus pateikiamas didesnis kiekis informacijos (įvertintos žodžių skaičiumi). Kuo daugiau uždirba įmonė, tuo pateiks didesnę kiekį informacijos žodžiais, tačiau nenustatyta reikšmingo ryšio tarp informacijos kiekio ir įmonės darbuotojų skaičiaus. Įmonės dydžio įtakos vertinimas priklauso nuo to, koks matas bus pasirenkamas vertinti įmonės dydžiui: darbuotojų skaičius, ar įmonės pajamos. Nenustatyta ryšio tarp visos tyrimo imties įmonių informacijos atskleidimo ir įmonių pelningumo bei amžiaus, tačiau suskirsčius tyrimo imtį į atskiras grupes pagal dydį (mažos, vidutinės ir didelės), nustatyta, kad bendras mažų įmonių informacijos pateikimas priklauso nuo įmonės pelningumo.

Tyrimo apribojimai. Tyrime buvo analizuojamos tik atskirų įmonių interneto svetainės ir jose pateikti metiniai pranešimai bei kiti informaciniai leidiniai, neanalizuojant informacijos įmonių grupių interneto svetainėse, išskyrus tuos atvejus, kai įmonė neturi atskiros svetainės ir įmonės grupės interneto svetainėje yra sukurta atskira skiltis informacijai apie nagrinėjamą įmonę, jos įvykius, produktus, pasiekimus ir kitas su veikla susijusias sritis, pavyzdžiui ABF „Šilutės rambynas“, turintis interneto svetainę „www.pik – nik.lt“, kuri atitinka skiltį grupės svetainėje „www.zpienas.lt/pik-nik“ arba UAB „Elme Metall Lithuania“ įmonės skiltis grupės svetainėje.

Atsižvelgiant į tai, kad UAB „Plungės kooperatinė prekyba“, UAB „Baltic food partners“, UAB „Vičiūnai ir Ko“ priklauso vienai „Vičiūnų“ įmonių grupei, ir ši įmonių grupė turi tik vieną interneto svetainę visoms įmonėms, kad informacija nesidubliuotų, UAB „Plungės kooperatinė prekyba“, UAB „Baltic food partners“ narę UAB „Vičiūnai ir Ko“ buvo pašalintos iš tolimesnio tyrimo.

Tyrimas buvo vykdomas 2016 m. vasario 15 d. – balandžio 2 d., per tą laiką anksčiau analizuotų įmonių svetainės galėjo pasikeisti, atsirasti daugiau informacijos. Pavyzdžiui, UAB „Glass LT“ interneto svetainėje kovo mėn. pradėti atnaujinimo darbai, tačiau tuo metu, kai buvo renkami duomenys apie įmonę, vis dar veikė neatnaujinta įmonės svetainė, buvusi iki 2016 m. vasario mėn. nuo įmonės svetainės atsiradimo.

Naudotų programų žodžių skaičiavimui tikslumas skiriasi, dėl to atsiranda paklaida vertinant žodžių skaičių, nepaisant to, tyrimo rezultatai leidžia parodyti informacijos atskleidimo lygio skirtumus tarp atskirų įmonių (labai mažai ar labai daug informacijos yra pateikiama).

Skaičiais ar grafikais išreikštai informacijai analizuoti žodžių skaičiavimo metodas nėra tinkamas, dėl šios priežasties tyrime nėra vertinamas skaičiais pateikiamos informacijos kiekis. Analizuojant finansinės informacijos pateikiamą kiekį, tyrimas įvertina tik tekstą, kuriame yra rašoma apie įmonės apyvartos augimą ar kitą į informacijos atskleidimo indeksą įtrauktą informaciją, tačiau nėra įvertinama skaičiais pateikiamos informacijos apimtis (VID_Z_I) indekse, tačiau pažymimas informacijos pateikimo faktas SC_I indekse.

Į tyrimo kriterijų sąrašą buvo įtraukti tik iš anksto, remiantis jų panaudojimo dažnumu ankstesniuose tyrimuose, atrinkti kriterijai, todėl tyrime tik tam tikru ankstesnių tyrimų aspektu analizuojamas informacijos pateikimas įmonių interneto svetainėse, dalis informacijos, susijusios su įmonės puslapio struktūra lieka neįvertinta.

Pateikiamos informacijos grupių tarpusavio sąveika. Visų informacijos grupių pateikimas tarpusavyje siejasi, kai informacijos pateikimas, vertintas tiek SC_I (yra/nėra informacijos) indeksu, tiek ir žodžių skaičių įvertinantį indeksą, tačiau skiriasi nustatyto ryšio tarp grupių stiprumas (žr. 18 pried. ir 19 pried.).

Galima išskirti atvejus, kai tarp informacijos grupių pateikimo egzistavo silpnas ryšys (koreliacijos koeficientas mažesnis už 0,5), remiantis Spirmeno koreliacijos koeficientu. Šis koreliacijos koeficientas parodo, kaip vienam kintamajam keičiantis, keičiasi kitas, tačiau šis tarpusavio ryšys nebūtinai yra tiesiškas, t. y., nebūtinai egzistuoja tiesinė priklausomybė. Statistiškai reikšmingas, $p=0,000 < 0,05$ (reikšmingumo lygmuo) silpnas ryšys egzistuoja: tarp nefinansinės ir prognozuojamos informacijos pateikimo, tarp socialinės ir nefinansinės informacijos pateikimo, taip pat tarp socialinės ir valdymo informacijos pateikimo.

Tuo tarpu kitais likusiais atvejais, remiantis Spirmeno ranginiu koreliacijos koeficientu, tarp atskirų informacijos grupių pateikimo egzistavo vidutinio stiprumo tarpusavio ryšys, kadangi Spirmeno koreliacijos koeficientas yra tarp 0,5 ir 0,7.

Kitaip, nei naudojant SC_I (yra/nėra) informacijos atskleidimo indeksą, sudarius informacijos indeksą, vertinantį interneto svetainėse pateikiamų žodžių skaičių, nustatytas silpnas ryšys tarp atskirų informacijos grupių. Tai reiškia, kad informacijos atskleidimo vertinimo rezultatas priklauso nuo pasirinkto vertinimo metodo. Taip pat svarbu paminėti, kad rezultatas gali skirtis, jei būtų pasirinkta daugiau kriterijų informacijos vertinimui.

Taigi, remiantis koreliacinės analizės rezultatais, didėjant vienos informacijos grupės pateikimui, taip pat didėja ir kitų informacijos grupių pateikimas tarp imties įmonių, šis ryšys yra silpnas, vertinant pateiktų žodžių skaičių ir dažniausiai vidutinis, vertinant atskleistų kriterijų skaičių. Ryšį galima paaiškinti tuo, kad pavyzdžiui, greta vadovų komentarų apie įmonės veiklą, pateikiamų interneto svetainėse (pavyzdžiui, pranešimuose spaudoje, kurie pakartotinai skelbiami ir svetainėje), neretai pateikiami konkretūs praeities faktai apie pajamų padidėjimą (valdymo ir finansinės informacijos sąsaja), prognozuojamas pajamas (valdymo ir finansinės informacijos ryšys), arba informacija apie parduotos produkcijos kiekio pasikeitimus (nefinansinės ir valdymo informacijos ryšys), informacija apie planuojamus pardavimus (į ateitį orientuotos informacijos ir valdymo informacijos ryšys) arba pavyzdžiui, pateikiant informaciją apie aplinkosauginės programas, pateikiama keletas sakinių apie sumą, kiek tokiai programai buvo skirta lėšų (socialinės ir finansinės informacijos ryšys).

4.3. Tolimesnės tyrimų kryptys ir perspektyvos

Tolimesniuose tyrimuose galėtų būti apklausiami finansų analitikai arba akademikai, siekiant išsiaiškinti, kokie atskleidžiamos informacijos aspektai, jų nuomone, yra svarbiausi. Taip pat galima būtų atlikti atskirų informacijos grupių svarbos suinteresuotosioms grupėms tyrimus, atsižvelgiant į tai galima būtų koreguoti informacijos atskleidimo indekso sudarymo metodą: į indeksą įtraukti tik svarbiausius ir aktualiausius suinteresuotosioms grupėms kriterijus arba keisti indekso sandarą, koreguojant jų grupavimą, atsižvelgiant į ekspertų nuomonę.

Ateityje vykdysimuose tyrimuose, analizuojant informacijos atskleidimą įmonių interneto svetainėse, turėtų būti pasitelkiama ne vien ankstesnių autorių naudotų kriterijų sąrašas, tačiau ir tikrinamas sudaryto informacijos atskleidimo indekso konstrukcijos patikimumas. Nors ir pačių sudarytas informacijos atskleidimo indeksas – naudingas tyrimo įrankis, galintis apibrėžti informacijos atskleidimo praktiką, tačiau koreliacijos vėlesniuose tyrimuose turėtų būti naudojami, siekiant įrodyti, kad informacijos atskleidimo indekso pasirinktieji kriterijai atskirų grupių viduje koreliuoja su bendrais atskirų grupių indeksais, pvz.: socialinės atsakomybės kriterijai koreliuoja su bendru socialinės atsakomybės indekso įvertinimu. Laikoma, kad įmonės informacijos atskleidimo strategijos yra panašios skirtingoms informacijos atskleidimo kategorijoms (Botosan, 1997, Kamal, 2012).

Vėlesniuose tyrimuose, analizuojant informacijos atskleidimą internete lemiančius veiksnius, galėtų būti pasirenkami kiti kintamieji, tokie kaip įmonės likvidumas, nuosavybės koncentracija, įmonės valdymo struktūra ir įvairios įmonės valdymo charakteristikos.

Taip pat galėtų būti plečiama tyrimo imtis, analizuojant skirtingų dydžių įmonių informacijos atskleidimo ypatumus, atsižvelgiant į tai, kad tokie autoriai kaip Collis (2012), kurie tvirtino, kad informacijos atskleidimo veiksniai tarp skirtingo dydžio įmonių gali būti skirtingi, taip pat, mažos arba vidutinės įmonės elgiasi atskleisdamos savanoriškai informaciją.

Tyrimai gali būti plečiami analizuojant skirtingų sektorių veiklą, atsižvelgiant į tai, kad informacijos atskleidimo reglamentavimas skirtinguose sektoriuose nėra vienodas, kad būtų galima išsiaiškinti, kas gali lemti skirtumus tarp to paties sektoriaus įmonių informacijos pateikimo, pavyzdžiui, gali būti analizuojamas aukštųjų mokyklų informacijos atskleidimas, bankinio sektoriaus informacijos atskleidimas.

Gali būti atliekamas Lietuvos ir kitų vakarų šalių informacijos atskleidimo praktikos palyginimas. Remiantis Rudžioniene ir Petraškaite (2014), reikalingi tolimesni tyrimai, norint patikrinti, ar tie patys veiksniai, kaip ir kitose šalyse, lemia Lietuvos įmonių socialinės atsakomybės informacijos atskleidimą internete.

Taip pat gali būti plečiami informacijos atskleidimo detalesnės kiekybinės analizės tyrimai, leidžiantys įvertinti ne vien informacijos pateikimą, bet ir informacijos kiekį. Informacijos kiekio

vertinimas taip pat gali remtis ekspertų įžvalgomis, nustatant, kiek informacijos yra „daug“ ir kiek informacijos yra „mažai“, pateikiant ją metiniuose pranešimuose ar internete.

Ateityje, gali būti atliekami tyrimai, siekiant nustatyti ryšį tarp skirtingoms suinteresuotųjų grupėms svarbios informacijos ir iš tiesų savanoriškai pateikiamos informacijos, tokiu būdu išsiaiškinti kurios suinteresuotųjų grupės poreikiai yra geriau patenkinami kartu su pateikiama informacija.

Atsižvelgiant į tai, kad didesnis savanoriškai atskleidžiamos informacijos kiekis nebūtinai byloja apie atskleidžiamos informacijos kokybę, ateityje būtų galima atlikti tyrimų, vertinančių ne tik informacijos atskleidimo kiekybę, tačiau ir kokybę bei ją lemiančius veiksnius. Galėtų būti vykdomos suinteresuotųjų grupių apklausos apie tai, kaip suinteresuotosios grupės vertina savo gyvenamojoje vietoje veikiančių įmonių informacijos pateikimą, kokios informacijos, jų nuomone, galėtų būti daugiau, kaip suinteresuotosios grupės vertina skirtingiems sektoriams ar veiklos rūšims priklausančių įmonių pateikiamos informacijos kokybę.

Remiantis Broberg et al. (2010), vėlesniuose tyrimuose gali būti atliekama kaštų/naudos analizė. Egzistuoja savanoriško informacijos atskleidimo išorinio poveikio analizės, socialinių kaštų ir naudos analizės bei tinklo poveikio analizės trūkumas. Pavyzdžiui, trūksta darbų, kuriuose būtų analizuojami socialiniai apgavystės kaštai. Taip pat trūksta netiesioginių reguliavimo kaštų analizės (pavyzdžiui, konkurencijos ir inovacijos).

Mažos įmonės – tai daugelio šalių ekonomikos pagrindas. Europoje mažos įmonės atstovauja daugiau nei 90 proc. visų įmonių. Nepaisant to, kad tokios įmonės užima tokią svarbią vietą šalių ekonominėse sistemose, tik nedidelis kiekis tyrimų analizavo savanoriškos informacijos atskleidimo sprendimus tokio tipo įmonėse. Daugiausia savanoriško informacijos atskleidimo tyrimų vykdyta tiriant dideles įmones. Kadangi mažos įmonės pasižymi tam tikromis unikaliomis savybėmis, palyginus su didesnėmis įmonėmis, todėl savanoriško informacijos atskleidimo tinkamumo tyrimai mažose įmonėse ateityje taip pat yra reikalingi ir ateityje turėtų būti atliekami.

IŠVADOS

Tyrimai, susiję su informacijos atskleidimu gali būti skirstomi į dvi grupes: savanoriško informacijos atskleidimo poveikio įmonės veiklos rezultatams tyrimai ir savanoriškos informacijos atskleidimo veiksnių tyrimai. Anot ankstesnių autorių, kitaip, nei kalbant apie savanoriško informacijos atskleidimo poveikio įmonės veiklos rezultatams tyrimų atveju, iki šiol nėra prieita vieningos nuomonės dėl veiksnių, kurie lemia savanorišką informacijos atskleidimą. Savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių tyrimų problematika gali būti skirstoma pagal informacijos grupes, kurių pateikimo veiksniai yra analizuojami: 1) bendri finansinės ir nefinansinės informacijos savanoriško pateikimo tyrimai; 2) atskirų informacijos grupių tyrimai (finansinės, socialinės ir kt.). Spartėjant globalizacijos procesams interneto svetainės tampa svarbiu kanalu, greitai be tarpininkų gauti savalaikę socialinės atsakomybės, finansinę ir kitą nefinansinę informaciją, su didesniu, nei naudojant popierines ataskaitas, prieinamumu. Atsižvelgiant į tai, kad skirtingi veiksniai, kalbant apie skirtingo dydžio įmones, skirtingus sektorius (bankinį, viešąjį, privatų) gali daryti ne vienodą poveikį įmonių pasirinkimui atskleisti tam tikrą finansinę ar nefinansinę informaciją, naudingą suinteresuotosioms grupėms (vartotojams, kreditoriams, analitikams, investuotojams ir kt.), atliekami savanoriško informacijos atskleidimo tyrimai analizuojant listinguojamas ir nelistinguojamas įmones, įvairius sektorius, įvairių dydžių įmones. Lietuvoje šiuo metu trūksta detalesnių tyrimų, analizuojančių informacijos atskleidimo praktiką ir veiksnius, kurie lemia pasirinkimą atskleisti savanorišką informaciją mažų ir vidutinių įmonių, sudarančių šalies ekonomikos pagrindą, interneto svetainėse.

Užsienio literatūros analizė parodė, kad vieningos bendros teorijos, skirtos savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių poveikio aiškinimui, nėra. Dažniausiai pasitaikančios literatūroje: agento, teisėtumo, suinteresuotųjų grupių ir signalinė bei kapitalo poreikio teorijos. Analizuojant savanorišką informacijos atskleidimą lemiančius veiksnius, kartais pasireiškia priešara tarp skirtingų teorijų teiginių, pavyzdžiui, kalbant apie likvidumo, finansinio svarto poveikį. Dažniausiai empiriniuose tyrimuose autoriai analizuoja ryšio tarp savanoriško informacijos atskleidimo ir tokių galimų informacijos atskleidimo veiksnių kaip įmonės dydis (vertinamas turtu, darbuotojų skaičiumi, pajamomis), pelningumas (vertinamas ROA, ROE, ROS rodikliais), įmonės amžius, veiklos sritis, finansinis svartas, nuosavybės struktūra, valdybos dydis, audituojanti įmonė (priklausanti didžiajam ketvertui arba ne) ir analitikų skaičius. Teorinės hipotezės, susijusios su veiksniais, apie kurių poveikį įvairios teorijos sutaria empiriniuose tyrimuose ne visada pasitvirtina, dažniausiai pasitvirtinanti teoriniais teiginiais pagrįsta hipotezė – hipotezė apie įmonės dydžio teigiamą įtaką informacijos atskleidimui.

Siekiant išanalizuoti mokslinėje literatūroje sutinkamų galimų veiksnių ryšį su savanorišku informacijos atskleidimu, buvo iškeltos keturios hipotezės: H_{1a} - dėl darbuotojų skaičiaus ir

savanoriško įmonės informacijos atskleidimo reikšmingo ryšio, H_{1b} - dėl pajamų ir savanoriško įmonės nefinansinės ir finansinės informacijos atskleidimo reikšmingo ryšio, H_2 hipoteze buvo tikrinama, ar egzistuoja ryšys tarp įmonės pelningumo ir įmonės savanoriško nefinansinės ir finansinės informacijos atskleidimo, H_3 hipoteze tikrinta, ar yra ryšys tarp įmonės amžiaus ir savanoriško finansinės ir nefinansinės informacijos atskleidimo internete.

Tyrimė buvo atliekama 92 Lietuvos įmonių, sluoksninės atsitiktinės atrankos būdu atrinktų iš didžiausių 1000 įmonių (pagal pajamas, remiantis VMI ir įmonių duomenimis) interneto svetainių analizė. Tarp analizuotų įmonių, vertinant įmonės dydį pagal darbuotojų skaičių, 67 įmonės (72,8 proc.) priskirtinos mažoms ir vidutinėms įmonėms. Įmonių savanoriško informacijos atskleidimo interneto svetainėse analizė parodė, kad įmonės informacijos atskleidimo praktika priklauso nuo veiklos srities reglamentavimo (griežtai reglamentuojamas listinguojamų, valstybės valdomų įmonių informacijos pateikimas). Taip pat skirtumus lemia įmonių veiklos specifika, įmonės, kurios verčiasi e – komercija, pateikia daug informacijos apie produktą. Aplinkai poveikį turinčios įmonės, pavyzdžiui, transporto ir saugojimo ekonominės veiklos srities įmonės, energetikos sektoriaus įmonės, pateikia daug socialinės atsakomybės informacijos. Vertinant vidutinės reikšmės, informacijos ir ryšių ekonominės veiklos rūšies įmonės vidutiniškai pateikia daugiausiai žodžių tarp imties įmonių interneto tinklapiuose, dėl nedidelio skaičiaus imties įmonių šiame sektoriuje, galima daryti tik prielaidą, kad priklausymas informacinių technologijų sektoriui gali turėti įtakos informacijos atskleidimo internete kiekiui.

Nustatyta, kad įmonės daugiausiai pateikia bendrosios informacijos apie įmonės gaminamą produkciją, taip pat daug informacijos yra pateikiama apie įmonėje vykstančius įvykius. Antra pagal pateikiamų žodžių skaičių savanoriškai pateikiamos informacijos grupė – įmonių socialinės atsakomybės informacija. Įmonių atskleidžiama socialinė informacija dažniausiai susijusi su įdiegtomis kokybės vadybos sistemomis ir kokybės vadybos sertifikatais (pateikia 68 proc. įmonių). šioje informacijos atskleidimo grupėje įmonės daugiausiai pateikia informacijos apie vykdomas aplinkosauginės programos, socialinių projektų vykdymą. Savo apimtimi socialinės atsakomybės informacijos grupėje išsiskiria įmonių pateikiami interneto svetainėse etikos kodeksai. Interneto svetainėse įmonės pateikia labai mažai finansinės informacijos, išskyrus tas įmones, kurios yra griežtai reglamentuojamos (listinguojamos ir valstybės įmonės). Dažniausiai įmonių pateikiama finansinė informacija susijusi su pajamų istorinių kitimo tendencijų aprašymu (38 proc. visų įmonių), dažniausiai pateikiama į ateitį orientuota informacija – informacija, susijusi su naujų produktų kūrimu. Dažnai pateikiama valdymo informacija susijusi su informacija apie nuosavybės struktūrą.

Informacijos pateikimo indeksas SC_I (yra/nėra informacijos) rodo, kad didžiausia užfiksuota šio indekso reikšmė – 0,64, tai reiškia, kad nei viena įmonė nepateikė maksimalaus kriterijų skaičiaus (60). Vidutiniškai bendrosios ir strateginės informacijos pateikiama 7 iš 14 kriterijų, socialinės

atsakomybės informacijos 3 iš 13 kriterijų, kitų informacijos grupių 1 arba du kriterijus, kas byloja apie žemą informacijos atskleidimo lygį tarp imties įmonių. Panašius rezultatus parodė ir žodžių indeksas (VID_Z_I), kad įmonės bendrosios ir strateginės informacijos pateikia vidutiniškai apie 26 proc. daugiausiai tarp imties įmonių tokios informacijos pateikusios įmonės lygio, įvertinto žodžiais, o kitų informacijos rūšių vidutinis informacijos pateikimo lygis neviršija 10 proc. daugiausiai atitinkamos informacijos grupės pateikusios įmonės lygio, įvertinto žodžiais. VID_Z_I indekso, apimančio visų informacijos grupių pateikimą žodžiais vidurkis įmonėms lygus 0,07, tai rodo, kad egzistuoja labai dideli skirtumai tarp imties įmonių savanoriško informacijos atskleidimo ir bendras savanoriško informacijos atskleidimo lygis yra žemas, palyginus su daugiausiai informacijos pateikusiomis imties įmonėmis.

Koreliacinė analizė, naudojant Spirmeno ranginės koreliacijos koeficientą, parodė, kad egzistuoja statistiškai reikšmingas labai silpnas ryšys tarp įmonės dydžio, įvertinto darbuotojų skaičiumi ir pajamomis bei įmonės savanoriško informacijos pateikimo indekso (yra/nėra informacijos), taip pat egzistuoja ryšys tarp įmonės pajamų ir įmonės savanoriško informacijos atskleidimo žodžių indeksu. Tačiau nėra nustatyta ryšio tarp darbuotojų skaičiaus ir vidutinio savanoriškai pateikiamos informacijos kiekio indekso, tai rodo, kad savanoriško informacijos atskleidimo veiksnių tyrimo rezultatą lemia pasirinktas informacijos atskleidimo vertinimo metodas ir veiksniui matuoti pasirinktas kriterijus (darbuotojų skaičius, pajamos ar turtas). Didesnės įmonės linkusios pateikti įvairesnės informacijos (daugiau kriterijų iš informacijos atskleidimo indekso sąrašo), tačiau įvairesnės informacijos pateikimas nebūtinai reiškia, kad bus pateiktas didesnis žodžių skaičius. Šis ryšys gali būti paaiškinamas tuo, kad didesnės įmonės turi daugiau suinteresuotųjų grupių, kurių poreikius reikia patenkinti ir didesnės įmonės labiau pastebimos, todėl, siekdamas pagerinti reputaciją, atitikti reguliacinius reikalavimus, pateikia daugiau informacijos. Tuo tarpu įmonės pelningumas ir įmonės amžius neturi įtakos įmonės informacijos atskleidimui, kadangi reikšmingo ryšio nenustatyta. Be to, buvo nustatyta, kad egzistuoja statistiškai reikšmingas silpnas ryšys tarp įmonės socialinės informacijos pateikimo internete ir įmonės darbuotojų skaičiaus, nustatyta, kad daugiau darbuotojų turinčios įmonės atskleidžia didesnę kiekį socialinės atsakomybės informacijos. Atsižvelgiant į tai, kad pateikiamos informacijos kiekis ankstesnių autorių teigimu, neatspindi jos kokybės, turėtų būti vykdomi savanoriško informacijos atskleidimo kokybės internete tyrimai. Plečiant šį tyrimą ateityje galėtų būti į tyrimą įtraukiama daugiau galimų savanorišką informacijos atskleidimą lemiančių veiksnių, pasitelkiamas ekspertinis ir suinteresuotųjų grupių vertinimas, kad būtų galima išsiaiškinti, kokia savanoriškai atskleidžiama informacija suinteresuotosioms grupėms svarbiausia ir tirti, kas lemia tokios informacijos pateikimą, taip pat tai, kokios kitos priežastys lemia, kad kai kurios įmonės nusprendžia pateikti ženkliai daugiau informacijos nei kitos.

LITERATŪRA

1. Ahmadi, A. (2014). Ownership structure and voluntary disclosure level in emerging market: evidence from Tunisia. *International Conference on Innovation & Engineering Management*. 4 (9), 130 – 140. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.sign-ific-ance.co.uk/index.php/JASR/article/view/815>.
2. Akhavan, A. ir Shirvanian M. (2015). The Relationship between Corporate Governance and Voluntary Disclosure. *Jurnal UMP Social Sciences and Technology Management*. 3 (3), 440 – 448. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://jsstm-ump.org/2015%20Volume%203,%20Issue%203/440-448.pdf>
3. Al – Bassam W., M., Ntim G., C., Opong K., K., Downs Y. (2015). Corporate Boards and Ownership Structure as Antecedents of Corporate Governance Disclosure in Saudi Arabian Publicly Listed Corporations. *Business & Society*, Forthcoming. . [žiūrėta 2015-3-7]. Prieiga per internetą: <http://ssrn.com/abstract=2634149>
4. Alali F. ir Romero S. (2012). The use of the Internet for corporate reporting in the Mercosur (Southern common market): *The Argentina case. Advances in Accounting*. 28 (1), 157 – 167. [žiūrėta 2016-3-19]. Prieiga per internetą <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0882611012000193>.
5. Albitar K. (2015). Firm Characteristics, Governance Attributes and Corporate Voluntary Disclosure: A Study of Jordanian Listed Companies. *International Business Research*. 8 (3), 1-10. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/45229/24478>
6. Alfaraih M., M. ir Alanezi F., S. (2011). Does voluntary disclosure level affect the value relevance of accounting information? *Accounting & Taxation*. 3 (2), 65 – 84. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1946949.
7. Alhazaimah A., Palaniappan R., Almsafir M. (2014). The directions of causality between the voluntary disclosure and company performances among listed Jordanian companies. *Journal of advanced social research*, 9 (4). [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą <http://www.sign-ific-ance.co.uk/index.php/JASR/article/view/815>.
8. Bailey, B. and Peck, S. (2013). Boardroom Strategic Decision-Making Style: Understanding the Antecedents. *Corporate Governance: An International Review*. 21 (2), 131-146.
9. Barac A. Z. (2012). Voluntary disclosure of cash flows information and company's characteristics: evidence from the Croatian capital market. *Croatian Operational Research Review*. [žiūrėta 2015-4-9]. Prieiga per internetą <http://hrcak.srce.hr/file/142459>
10. Barac Z., A., Granic M., Vuko T., The Determinants of Voluntary Disclosure in Croatia. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*. 8 (4). . [žiūrėta 2016-4-15]. Prieiga per internetą: <http://waset.org/publications/9997965/the-determinants-of-voluntary-disclosure-in-croatia>
11. Bartosevičienė V. (2010). *Ekonominės statistikos pagrindai: mokomoji knyga*. Kaunas: Technologija.
12. Basuony M., A., K., Mohamed E. K. A. (2014). Determinants of Internet Financial Disclosure in GCC. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 70 - 89. [žiūrėta 2016-4-20]. Prieiga per internetą: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/ajfa/article/viewFile/5085/4232>
13. Belgacem I. ir Omri A. (2014). The Value Relevance of Voluntary Disclosure: Evidence from Tunisia Stock Market. *International Journal of Management, Accounting and Economics*. [žiūrėta 2015-11-15], 1 (5), 353 – 370 http://www.ijmae.com/files/accepted/97_final.pdf
14. Ben Saada M. ir Khalfaoui H. (2015). The economic consequences of the incremental Internet disclosure: the case of French firms. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*. 5 (1), 339 – 355. <http://dx.doi.org/10.5296/ijafr.v5i1.7613>.
15. Beretta, S., Bozzolan, S. (2008). Quality versus Quantity: The Case of Forward - Looking Disclosure. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23, 333-376. [žiūrėta 2016-4-15]. Prieiga per internetą: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1011179

16. Bhayani S. (2012). Association between Firm-Specific Characteristics and Corporate Disclosure: The Case of India. *International Conference on Business, Economics, Management and Behavioral Sciences*. Dubai. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://psrcentre.org/images/extraimages/24.%200112051.pdf>
17. Binh T., Q. (2012). Voluntary disclosure information in the annual reports of non financial listed companies: the case of Vietnam. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 2 (2), 69 – 90. [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą http://www.aebrjournal.org/uploads/6/6/2/2/6622240/2_binh-2.pdf.
18. Borbolla, A.,G., Larrán, M. and López, R. (2005). Empirical Evidence Concerning Smes' Corporate Websites: Explaining Factors, Strategies and Reporting. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 5 (10), 171-202. http://www.uhu.es/ijdar/10.4192/1577-8517-v5_5.pdf.
19. Botosan C., A.1997. Disclosure level and the cost of equity capital. *The Accounting Review*. 72 (3), 323 – 349 [žiūrėta 2016-4-17]. Prieiga per internetą: http://www.jstor.org/stable/248475?seq=1#page_scan_tab_contents.
20. Bozcuk E., A., Aslan S., Arzova B., S.(2011). Internet financial reporting in Turkey. *EuroMed Journal of Business*, 6 (3), 313 – 323. <http://dx.doi.org/10.1108/14502191111170141>.
21. Broberg P., Tagesson T., Collin S., O. (2010). What explains variation in voluntary disclosure? A study of the annual reports of corporations listed on the Stockholm Stock Exchange. *Journal of Management & Governance*. 14 (4), 351-377. <http://dx.doi.org/doi:10.1007/s10997-009-9104-y>
22. Bruslerie H. ir Gabteni H. (2010). Voluntary financial disclosure, the introduction of IFRS and long-term communication policy: An empirical test on French firms. Spain: Multinational Financial Society (MFS). [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00636602>.
23. Bruslerie H. ir Gabteni H. (2014). Voluntary disclosure of financial information by French firms Does the introduction to IFRS matter. *Advances in Accounting*. 30 (2), 367–380. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0882611014000467>.
24. Carroll.(2011). *Media Relations and Corporate Social Responsibility: The handbook of communication and corporate social responsibility*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 423–444
25. Čekanavičius V. ir Murauskas G.(2009). *Statistika ir jos taikymai. 1 dalis: vadovėlis*. Vilnius: Leidykla TEV.
26. Ceustermans S. ir Breesch D. (2013). Determinants of Voluntary Disclosure of Sales by Small Private Companies. Free University of Brussels (VUB) - Accountancy, Auditing and Business Financing (ACCO). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2340403>.
27. Ceustermans S. ir Breesch D. (2014).The Entrepreneurial View on Voluntary Disclosure of Sales in Small Private Companies. Free University of Brussels (VUB) - Accountancy, Auditing and Business Financing (ACCO). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2388629>.
28. Chakroun R. ir Matoussi H. (2012). Determinants of the Extent of Voluntary Disclosure in the Annual Reports of the Tunisian Firms. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, 11(3), 335 – 370. [žiūrėta 2015-4-7]. Prieiga per internetą <https://ideas.repec.org/a/ami/journal/v11y2012i3p335-370.html>.
29. Collis J. (2012). Determinants of voluntary audit and voluntary full accounts in micro- and non-micro small companies in the UK. *Accounting and business research: a research quarterly publ. by the Inst. of Chartered Accountants in England and Wales*, 42 (4), p. 441-468. [žiūrėta 2015-4-7]. Prieiga per internetą <http://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/8264>.
30. Dagilienė L. (2009). The role of voluntary disclosed information in financial valuation. *Social Research*, 17 (3). [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2009-ISSN_1392-3110.N_3_17.PG_18-27/DS.002.1.01.ARTIC.
31. Dagilienė L. ir Bruneckienė J. (2010). Savanoriškai atskleidžiamos informacijos vaidmuo įmonių socialinės atsakomybės aspektu. *Ekonomika ir vadyba*, 15. 451 – 456.

32. Dagilienė L. ir Gokienė R. Valuation of corporate social responsibility reports. *Economics and Management* - 2011: 16th international conference "Economics and Management", April, 27-29th 2011: program and reviewed abstract book. Brno: Brno University of Technology, 2011. p. 5-6. [žiūrėta 2015-4-8]. Prieiga per internetą: <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2011~1367176794480/datastreams/DS.002.1.01.ARTIC/content>.
33. Dagilienė L., Leitonienė Š., Grecikova A. (2014). Increasing Business Transparency by Corporate Social Reporting: Development and Problems in Lithuania. *Engineering Economics*, 25(1), p. 54 – 61. <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ee.25.1.2356>
34. Dâmaso G. ir Lourenço I. (2010). Legitimacy Theory and Internet Financial Reporting. [žiūrėta 2016-4-11]. Prieiga per internetą [http://www.fep.up.pt/conferencias/10seminariogrudis/D%C3%A2maso,%20Goreti%20\(Santar%C3%A9m\);%20Louren%C3%A7o,%20Isabel%20\(ISCTE\),%20Legitimacy%20Theory%20and%20Internet%20Financial%20Reporting.pdf](http://www.fep.up.pt/conferencias/10seminariogrudis/D%C3%A2maso,%20Goreti%20(Santar%C3%A9m);%20Louren%C3%A7o,%20Isabel%20(ISCTE),%20Legitimacy%20Theory%20and%20Internet%20Financial%20Reporting.pdf).
35. Didžiausios Lietuvos bendrovės pagal 2014 m. pardavimo pajamas. Verslo klasė. (2015, vasara), 107 – 124.
36. Einhorn E. ir Ziv A. (2011). Biased Voluntary Disclosure. *Review of Accounting Studies*, [žiūrėta 2015-4-9]. Prieiga per internetą: <http://ssrn.com/abstract=1877785>.
37. Eljayash K., M., Kavanagh M., Kong E. (2013). Environmental disclosure practices in national oil and gas corporations and international oil and gas operating in organization of arab petroleum exporting countries. *International Journal of Business, Economics and Law*, 2 (1). [žiūrėta 2016-3-10]. Prieiga per internetą: <http://ijbel.com/wp-content/uploads/2014/06/Environmental-Disclosure-Practices-In-National-Oil-And-Gas-Corporations-And-International-Oil-And-Gas-Corporations-Operating-Kamal-Mehemed-Eljayash-Marie-Kavanagh-Eric-Kong.pdf>
38. Eugster F. (2014). Endogeneity and the Dynamics of Voluntary Disclosure Quality: Is There Really an Effect on the Cost of Equity Capital? Stockholm School of Economics. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2379683>.
39. Feleagă N. ir Dragomir L. (2012). The Evolution of Corporate Governance and Accounting in a Sustainability Context, 170 - 177.
40. Feres de Almeida J. ir E., Rodrigues H., S. (2015). Effects of IFRS, analysts and ADR on voluntary disclosure of Brazilian public companies. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą: https://www.portalfea.fea.usp.br/sites/default/files/arquivos/anexos/voluntary_disclosure_ze_herbert_05_2015.pdf
41. Gamerschlag R., Möller K., Verbeeten F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science Rev Manag Sci*. 46 (12). <http://dx.doi.org/10.7763/IPEDR>.
42. Ghasaleh, Qasim, Roberts.(2012). The Determinants Of Web-Based Investor Relations Activities By Companies Operating In Emerging Economies: The Case Of Jordan. *Journal of Applied Business Research*, 28 (2). [žiūrėta 2016-3-10]: <http://www.cluteinstitute.com/ojs/index.php/JABR/article/view/6842>.
43. Ghasempour A. ir Yusof M., A., M. (2014). The Effect of Fundamental Determinants on Voluntary Disclosure of Financial and Nonfinancial Information: the Case of Internet Reporting on the Tehran Stock Exchange. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 37-56.
44. Ghorbani B., Salehi M., Rostami V., Kazemi H. (2015) The Relationship between Voluntary Disclosure and Stock Liquidity of Listed Companies on the Tehran Stock Exchange. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (2), 84 – 49. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/viewFile/5788/5574>
45. Gisbert A. ir Navallas B. (2013). Association between voluntary disclosure and corporate governance in the presence of severe agency conflicts. *Advances in Accounting*. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2513858

46. Guay W., R., Samuels D., Taylor D., J. (2015). Guiding Through the Fog: Financial Statement Complexity and Voluntary Disclosure. University of Pennsylvania – Accounting department. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2564350>.
47. Haji A., A. ir Ghazali N., A., M. (2013). The quality and determinants of voluntary disclosures in annual reports of Shari'ah compliant companies in Malaysia. *Humanomics*, 29 (1), 24 – 42. <http://dx.doi.org/10.1108/08288661311299303>
48. Hannon A.(2014). The E-Voluntary Disclosure of Financial Information, a Jordanian Phenomenon. *Academy of Contemporary Research Journal*. <http://aocrj.org/wp-content/uploads/2015/03/02703032015Duba-Final-Formatted2.pdf>.
49. Healy P. ir Palepu K. 2001. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics* 31, 405 – 440. [žiūrėta 2016-4-20]. Prieiga per internetą: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165410101000180>.
50. Ho P. - L. ir Taylor G.(2013). Corporate governance and different types of voluntary disclosure. *Pacific Accounting Review*. 25 (1), p 4-29. http://espace.library.curtin.edu.au/R?func=dbin-jump-full&object_id=194310
51. Hossain M., Momin M., A., Leo S. (2012). Internet financial reporting and disclosure by listed companies: further evidence from an emerging country. *Corporate ownership & control*. 9 (4). [žiūrėta 2016-3-11]. Prieiga per internetą http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/handle/10072/48664/81998_1.pdf;jsessionid=24732C691ABB594DEC74D1E87AEF8868?sequence=1
52. Ibrahim K. (2014). Firm Characteristics and Voluntary Segments Disclosure among the Largest Firms in Nigeria. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 5(4), 327 – 331. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.ijtef.org/papers/392-A10005.pdf>
53. Janilionis, V. (2013). žiūrėta 2016-4-12]. *Koreliacinės ir regresinės analizės pagrindai*. Prieiga per internetą: <http://www.lidata.eu/>
54. Juhmani O. (2014). Determinants of Corporate Social and Environmental Disclosure on Websites: the Case of Bahrain. *Universal Journal of Accounting and Finance* 2(4), 77 – 87 p. [žiūrėta 2016-3-12]. Prieiga per internetą <http://www.hrpub.org/download/20140801/UJAF2-12290060.pdf>
55. Kamal A., R.(2012). The relationship between Corporate Governance and Environmental Disclosure: UK Evidence. *Durham theses*, Durham University. [žiūrėta 2016-4-20]. Prieiga per internetą: http://etheses.dur.ac.uk/3456/1/PhD_Thesis.pdf?DDD2.
56. Kasiulevičius V. ir Denapienė G. (2008). Statistikos taikymas mokslinių tyrimų analizėje. *Gerontologija* 9 (3), 176 – 180. [žiūrėta 2016-4-20]. Prieiga per internetą: http://www.gerontologija.lt/files/edit_files/File/pdf/2008/nr_3/2008_176_180.pdf
57. Kilic A., Uyar A., Bayyurt N. (2013). Association between firm characteristics and corporate voluntary disclosure. *Intangible Capital*. 9 (4). . [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54929516007>
58. Kitching J., Kašperová E., Blackburn R., Collis J. (2011). Small company abbreviated accounts: A regulatory burden or a vital disclosure? Edinburgh: Institute of Chartered Accountants in Scotland. [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą <http://www.icas.org.uk/site/cms/contentviewarticle.asp?article=7529>
59. Koonce L. Seybert N., Smith J. (2011). Causal Reasoning in Financial Reporting and Voluntary Disclosure. Social science research network. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1598444>.
60. Legenzova R. (2008). Lietuvos akcinių bendrovių nuosavybės struktūros sąryšio su finansinės informacijos pateikimu įvertinimas. *Ekonomika ir vadyba* 48-54. [žiūrėta 2015-4-10]. Prieiga per internetą <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/get/LT-LDB-0001:J.04~2008~1367161436927/DS.002.0.01.ARTIC>.
61. Legenzova R. (2009). Įmonės informacijos atskleidimo modelis. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*. 52, 35 – 47. [žiūrėta 2015-4-15]. Prieiga per internetą:

- http://www.lvb.lt/primu_library/libweb/action/diDisplay.do?vid=LDB&docId=TLITLIJ.04~2009~1367169460257&fromSitemap=1&afterPDS=true.
62. Legenzova R. ir Jovaišaitė A.(2014). Lietuvos įmonių internetiniuose tinklapiuose atskleidžiamos informacijos vertinimas korporatyvinio skaidrumo aspektu. *Science & Studies of Accounting & Finance: Problems & Perspectives*, 102.
 63. Leitonienė Š. ir Šapkauskienė A. (2012). Socialinės informacijos kaip Lietuvos įmonių etiškos elgsenos kriterijaus analizė. *Economics and Management*, 17 (3). <http://dx.doi.org/10.5755/j01.em.17.3.2091>.
 64. Leitonienė Š., Šapkauskienė A.(2015). Quality of Corporate Social Responsibility Information. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 334 – 339. doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.547
 65. Lietuvos banko Priežiūros tarnyba. (2013). Viešo reglamentuojamos informacijos skelbimo ir jos perdavimo į centrinę reglamentuojamos informacijos bazę gairės (2013 m. rugsėjo 24 d. sprendimu Nr. 241-200). [žiūrėta 2016-2-20]. Prieiga per internetą: http://www.lb.lt/vieso_reglamentuojamos_informacijos_skelbimo_ir_jos_perdavimo_i_centrine_reglamentuojamos_informacijos_baze_gaires_1
 66. Lietuvos Respublikos seimas. (2000). Akcinių bendrovių įstatymas (2000 m. liepos 13 d. Nr. VIII-1835). [žiūrėta 2016-4-15]. Prieiga per internetą: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.E22116F1B0E0/iSOIFPScwS>
 67. Lietuvos Respublikos seimas. (2015). Įmonių finansinės atskaitomybės įstatymo Nr. IX-575 pakeitimo įstatymas (2015 m. gegužės 14 d. Nr. XII-1696). [žiūrėta 2016-2-20]. Prieiga per internetą: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/883083f0046f11e588da8908dfa91cac>
 68. Lietuvos Respublikos vertybinių popierių komisija. (2008) Preliminarių veiklos rezultatų ir veiklos prognozių skelbimo gairės. (2008-03-01 Nr. 13K-1). [žiūrėta 2016-2-10]. Prieiga per internetą: <http://www.nasdaqbaltic.com/files/vilnius/bendrainf/Preliminariu%20veiklos%20rezultatu%20ir%20veiklos%20prognoziu%20skelbimo%20gaires.pdf>
 69. Madhani P., M. (2010). Role of Voluntary Disclosure and Transparency in Financial Reporting. *Corporate financial reporting – changing scenario*. ICFAI University Press, 75 – 81. [žiūrėta 2015-4-10. Prieiga per internetą <http://ssrn.com/abstract=1578792>.
 70. Mangla D.(2015). Disclosure through Annual Reports: A Study of Indian Corporate Sector. *International Journal of Research in Management, Science & Technology*. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.ijrmst.org/download/vol3no2/152.pdf>
 71. Marinovic I. ir Varas F. (2014). No News is Good News: Voluntary Disclosure in the Face of Litigation. *Stanford University Graduate School of Business Research Paper*, 13 – 19. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2380457>.
 72. Mokhtar E., S. ir Mellett H.(2013). Competition, corporate governance, ownership structure and risk reporting. *Managerial Auditing Journal*. 28 (9) 838 – 865. [žiūrėta 2016-5-3]. Prieiga per internetą:
 73. Nalikka A. (2012). Essays on Information Disclosure in Company Annual Reports. Evidence from Finland and the United Kingdom. Universitas Wasaensis. [žiūrėta 2016-3-15]. Prieiga per internetą www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-386-8.pdf
 74. Nandi S., ir Ghosh S., K.(2012). Corporate governance attributes, firm characteristics and the level of corporate disclosure: Evidence from the Indian listed firms. *Decision Science Letters* 2, 45–58. [žiūrėta 2016-3-20]. Prieiga per internetą:http://www.growingscience.com/dsl/Vol2/dsl_2013_3.pdf
 75. Nermeen ir Shehata N., F. (2013). Theories and Determinants of Voluntary Disclosure. *Accounting and Finance Research (AFR)*. 3 (1). [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą <http://ssrn.com/abstract=2442486>.

76. Nilehn P. Determinants of voluntary disclosure in Swedish corporate annual reports. MasterThesis. Uppsala Universitet, 2014. [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:740652/FULLTEXT01.pdf>
77. Omran M., A. ir El-Galfy A., M. (2014) Theoretical perspectives on corporate disclosure: a critical evaluation and literature survey // *Asian Review of Accounting*, 22 (3). 257 – 286.
78. Pozniak. (2015). Unregulated markets and internet. *Review of business and finance studies*, 6 (1), 109-120. [žiūrėta 2015-4-9]. Prieiga per internetą: <http://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=402119071098093006124114104008123117098000022029012082094008086086111093087001108101049058006100016121016066087124069116079092104032069065006068007077068085093116089069055030020118086113071099001115092125092089001080121018024023012121097010067068066094&EXT=pdf>
79. Prince J. ir Dwivedi N. (2013). A third dimension to understanding voluntary disclosures. *Journal of Business Strategy*, 34 (4), 48 – 54 p. <http://dx.doi.org/10.1108/JBS-11-2012-0063>
80. Rudžionienė K. ir Petraškaitė V. (2014). Įmonių socialinės atsakomybės atskleidimo internete pateikiamoje finansinėje informacijoje veiksniai. *Apskaitos ir finansų mokslas ir studijos*, problemos ir perspektyvos. 1 (9), 204 - 220 [žiūrėta 2015-11-15]. Prieiga per internetą http://afk.asu.lt/file/repository/APSKAITOS_IR_FINANSU_MOKSLAS_IR_STUDIJS_PR_OBLEMOS_IR_PERSPEKTYVOS.pdf
81. Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2007). *Research Methods for Business Students*, 4th ed., Pearson Education, Harlow. [žiūrėta 2016-5-4]. Prieiga per internetą https://is.vfs.cz/el/6410/leto2014/BA_BSeBM/um/Research_Methods_for_Business_Students_5th_Edition.pdf
82. Scaltrito D. (2015). Assessing Disclosure Quality: A Methodological Issue. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, September. 11 (9), 466-475. [žiūrėta 2016-4-15]. Prieiga per internetą: <http://www.davidpublisher.org/Public/uploads/Contribute/560b99e9794cb.pdf>
83. Schumaker P. R. ir Chen H. (2006). Textual Analysis of Stock Market Prediction Using Breaking Financial News: The AZFinText System. Artificial Intelligence Lab, Department of Management Information Systems. [žiūrėta 2016-3-20]. Prieiga per internetą: <https://pdfs.semanticscholar.org/5386/adf8abdaabc6f6b27c7b37ca29a3a8f760af.pdf>
84. Siala H., G., Sellami, Y., M., Fendri H., B. (2014). Determinants of voluntary web-based disclosure: A comparison of the united kingdom and its former colony, *New Zealand. International Journal of Accounting and Economics Studies*. [žiūrėta 2016-4-15]. Prieiga per internetą: <http://www.sciencepubco.com/index.php/IJAES/article/view/3668>.
85. Skouloudis A., Jones N., Malesios C., Evangelinos K. (2014) Trends and determinants of non-financial disclosure in Greece. *Journal of Cleaner Production*, 68, 174–188. [žiūrėta 2016-4-30]. Prieiga per internetą: <http://oro.open.ac.uk/39745/8/Skouloudis%20et%20al%202014.pdf>
86. Smirnova, R. ir Rudžionienė, K. (2012). Įmonių socialinės atsakomybės finansinėse ataskaitose atskleidimo veiksniai. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*. Lietuvos buhalterinės apskaitos tyrėjų ir švietėjų asociacija. Kaunas : Lietuvos buhalterinės apskaitos tyrėjų ir švietėjų asociacija. 12, 31 – 40.
87. Soliman M. (2013). Firm Characteristics and the Extent of Voluntary Disclosure: The Case of Egypt. *Research Journal of Finance and Accounting*, 17 (4) [žiūrėta 2015-4-10]. Prieiga per internetą <http://ssrn.com/abstract=2361905>.
88. Sommer, F., Klink, J., Senki, S., Hartmann M.(2014). Determinants of Web-based CSR Disclosure in the Food Industry. *Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks*. <http://dx.doi.org/10.18461/pfsd.2014.%25x>.
89. Tian Y. ir Chen J. (2009). Concept of Voluntary Information Disclosure and A Review of Relevant Studies. *International journal of economics and finance*, 1 (2), 55 – 59. [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijef/article/view/3360/3059>.

90. Trabelsi S., Debreceeny R., Lymer L. (2014). An empirical examination of corporate websites as a voluntary disclosure medium. *Applied Decision Sciences*. 7 (1). [žiūrėta 2015-4-11]. Prieiga per internetą <http://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJADS.2014.058038>
91. Urquiza B., Navarro M., C., A., Trombetta M. (2009). Disclosure indices design: does it make a difference? *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*. 12, (2), 253 – 277 [žiūrėta 2016-3-12]. Prieiga per internetą <http://www.rc-sar.es/verPdf.php?articleId=194>
92. Valstybinio socialinio draudimo fondo valdyba prie socialinės apsaugos ir darbo ministerijos. Vieši draudėjų duomenys. [žiūrėta 2015-5-4]. Prieiga per internetą: <http://www.sodra.lt/lt/paslaugos/informacijos-rinkmenos>
93. Verma D. (2010). Web-based Business Reporting in Indian Corporate Sector. *Journal of Knowledge Management Practice*, 11 (1). [žiūrėta 2016-4-10]. Prieiga per internetą: <http://www.tlinc.com/articlsi8.htm>
94. Verrecchia R., E. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*. 5 (1), 179 – 19. [žiūrėta 2016-3-14]. Prieiga per internetą <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0165410183900113>
95. Yao S., Wang J., Song L.(2011). Determinants of social responsibility disclosure by chinese firms. *School of Contemporary Chinese Studies*. [žiūrėta 2016-3-20]. Prieiga per internetą: <http://www.nottingham.ac.uk/cpi/documents/discussion-papers/discussion-paper-72-csr.pdf>
96. Zadeh F., O. ir Eskandari A.(2012). Looking Forward to Financial Risk Disclosure Practices by Malaysian Firms. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 6(8): 208 – 214. [žiūrėta 2016-4-30]. Prieiga per internetą: https://www.researchgate.net/publication/259901471_Looking_Forward_to_Financial_Risk_Disclosure_Practices_by_Malaysian_Firms.
97. Zhang, Z. ir Zhang, J. (2014). Analysis on Voluntary Disclosure of Accounting Information for Listed Companies in China. *International Business and Management*, 9 (1), 143-148. [žiūrėta 2015-4-7]. Prieiga per internetą <http://www.cscanada.net/index.php/ibm/article/view/5419>

PRIEDAI