

OTDK-dolgozat

2025

Partiumi Keresztény Egyetem
Gazdaság és Társadalomtudományi Kar



A KREATÍV SZÁMVITEL DIMENZIÓI

**THE DIMENSIONS OF CREATIVE
ACCOUNTING**

Kis Henrietta

Konzulens: Dr. Szász Erzsébet

Kézirat lezárásának dátuma: 2024.06.01

Tartalom

Ábrák jegyzéke.....	6
Táblázatok jegyzéke	6
Bevezetés	1
1. Kutatási módszertan és kérdések	3
2. A kreatív számvitel meghatározása és megítélése	4
3. A kreatív számvitel használatának motivációi	8
3.1 Belső motivációk	8
3.2 Külső motivációk.....	10
3.3 Megengedő körülmények	11
4. Kreatív számvitel és valós kép	12
5. A GAAP és az IFRS számviteli rendszerek összehasonlítása.....	14
6. Kreatív számviteli technikák, vállalati példákkal	18
6.1 Eredménykimutatásban	19
6.1.1 Bevétel növelés	19
6.1.2 Költségek csökkentése	24
6.2 Mérlegben.....	29
6.2.1 Eszközök növelése	29
6.2.2 Kötelezettségek csökkentése	31
6.3 Cash flow kimutatásban	34
6.3.1 A működési cash flow növelése	34
7. Kreatív számvitelre utaló jelek és feltárására vonatkozó tesztek	35
8. Kreatív könyvelés és csalás	38
9. Pénzügyi csalások Magyarországon és Romániában.....	40
10. Etikai kihívások és dilemmák.....	45
Következtetések és javaslatok.....	47
Irodalomjegyzék.....	50

Ábrák jegyzéke

1. ábra: A kreatív számvitelt meghatározó kulcsszavak	6
2. ábra: A kreatív számvitel motivációi, indítékai	8
3. ábra: Kreatív számviteli technikák	18

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Kreatív számvitel definícióinak áttekintése kronológiai sorrendben ...	4
2 táblázat: A kreatív számvitel alkalmazásából származó előnyök és hátrányok...	7
3. táblázat: A GAAP és az IFRS közötti eltérések.....	15

Bevezetés

A kreativitás és a számvitel bár két nehezen összefüggésbe hozható fogalomnak tűnik, mégis van létező kifejezés, ami bizonyítja, hogy ezek igenis kapcsolatba hozhatóak egymással, ez pedig a kreatív számvitel. A „kreatív számvitel” kifejezés a tanórákon elhangozva keltette fel figyelmemet, mivel első hallásra nehéz volt elképzelni, hogy egy szabályok szerinti, precíz és pontos munkavégzést megkövetelő szakma miként lehet kreatív. Éppen ezért döntöttem úgy, hogy elmélyülök ebben a témában, ami, mint kiderült sokak által vitatott, örökzöld témakör, amely mind a vállalatvezetőket, a pénzügyi szakembereket, külső érintetteket, mind a kormányzati szerveket és szabályozó hatóságokat érinti. Ennek okán tanulmányom témája a kreatív számvitel, ami a különböző pénzügyi botrányok kitörése óta aktuális téma a szakirodalomban.

A kreativitás és az innováció az üzleti világban egyre inkább meghatározó tényezőkként jelennek meg, áthatva a különböző szakterületeket, köztük a számvitelt is, így a hagyományos számviteli megközelítések mellett egyre hangsúlyosabbá válik az ilyenfajta szemléletmód megjelenése a számviteli gyakorlatban. Ezen új hozzáállás és dimenziók feltárása kiemelkedő fontossággal bír a szakmai közösség, valamint a vállalatok és intézmények számára is.

A vállalati számvitel és pénzügyek területén egyre növekvő jelenséggé mutatkozik meg a kreatív számvitel gyakorlata, amely bizonyos szempontból olyan dinamikus megközelítést jelent a hagyományos számviteli gyakorlatokon belül, amely az üzleti folyamatokat és pénzügyi eseményeket egy innovatív és alkotói szemlélettel közelíti meg, másfelől gyakran a pénzügyi adatok manipulációjával járó vitatott gyakorlatként ábrázolják a kívánt eredmények elérése érdekében, mely összetett etikai dilemmát jelent a vállalati pénzügyek területén.

Bár a kreatív számvitel fogalma az elmúlt évtizedekben nagy figyelmet kapott a vállalati pénzügyek területén, még mindig sok homályos pont van a jelenség körül, és további kutatásra van szükség annak megértése és hatékony kezelése érdekében. Éppen ezért tanulmányom célja a kreatív számvitel jelenségének tanulmányozása, vizsgálása és elemzése, különös tekintettel annak dimenzióira, jelentőségére és következményeire a vállalati pénzügyek terén.

Tanulmányom két fő részből tevődik össze, az első a kreatív számvitel elméleti hátterének áttekintése, a második pedig annak gyakorlati vizsgálása vállalati példákon keresztül.

Az elméleti háttér első fejezetében a kreatív számvitel jelentéséről és megítéléséről alkotok egy tisztább képet, összeszedve a szakirodalomban talált meghatározásait, illetve szembeállítva annak előnyeit a hátrányaival. Ezt követően a kreatív számvitel fenomén jobb

megértéséhez a használatát kiváltó motivációkat veszem sorba, amiket három csoportba lehet sorolni: belső motivációk, ami a vállalatban belülről áramlik; külső motivációk, ami az úgynevezett érdekeltek (stakeholders) részéről jön és a harmadik pedig a megengedő körülmények, amelyek közé többnyire a törvényben fellelhető kiskapuk sorolhatók. A továbbiakban azt is vizsgálom, hogy a kreativitás a számvitel területén milyen hatással van a számviteli információk minőségére, tehát miként befolyásolja a vállalatról nyújtott kép valóságát és megbízhatóságát.

Továbbá, az Egyesült Államokban használt számviteli alapelveket és szabályokat (US GAAP) hasonlítom össze a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardokkal (IFRS). Ez a lépés azért is fontos, mert sok esetben pont a számviteli rendszerek különbözőségében rejlik a kreatív számvitel forrása.

A tanulmány gyakorlati részében nagyvállalatok által leginkább használt fő technikák elméleti alapját ismertetve nagyvállalati példákat hozok fel a különböző módszerek mindegyikéhez, mivel a konkrét esetekből egy közelebbi képet kapunk arról, hogy miként nyilvánul meg a kreatív számvitel a valós életben, illetve a technikák jobb megértését is elősegíti. Szintén a tanulmány gyakorlati részét képezi néhány romániai és magyarországi vállalat pénzügyi csalásának bemutatása, aminek külön fejezetet is szenteltem.

Tanulmányom további részében, arra is kitérek, hogy milyen szintig számít törvényesnek az ilyenfajta ötletes művelet és milyen szinten túl törvénytelen, amikor is már csalásról beszélhetünk. Amint az majd kiderül törvényesnek mondhatjuk mindaddig amíg az törvénybe nem ütközik. Itt fontos kihangsúlyozni, hogy a „határvonal”, amely a kreatív könyvelés és a csalás között van hajszálvékony és nagyon könnyedén átléphető.

Külön fejezetben megemlítek olyan figyelmeztető jeleket, amelyeket egy számvitelt manipuláló vállalat esetében észre kell veyenek a befektetők, könyvvizsgálók és egyéb érintett felek. Fontos tisztában lenni ezekkel a jelekkel, mivel például, ha a könyvvizsgáló azokat időben észreveszi, akkor meg tudja akadályozni, hogy a vállalat a végletekig elmenjen, akár csődbe is jutva. Illetve pár tesztre is kitérek, ami a kreatív számvitelt kísérli meg feltárni. Az etikai megfontolások is figyelmet kapnak tanulmányomban, mivel az etikai normák és szabályok jelentősége kritikus az ilyen jellegű gyakorlatok értelmezésében és kezelésében.

Végül a dolgozat következtetésekkel és ajánlásokkal zárul, amelyek célja a vállalatok vezetőit és a számviteli szakembereket rábírni arra, hogy megbízható és etikus módon kezeljék a számviteli problémákat, felismerve, hogy a pénzügyi leleményesség beszívargása a számvitel területére csak ártani fog a vállalatnak és nem használni.

1. Kutatási módszertan és kérdések

A tanulmány a már megjelent élenjáró kutatások megállapításainak feldolgozásával készült, tehát feltáró és részben leíró kutatást, azaz szakirodalmi áttekintést végezve kutattam a kreatív számvitel dimenzióit. A szakirodalom gyűjtés főleg a ProQuest, ResearchGate, és a Google Tudós elektronikus adatbázisokban történt, a kreatív számvitel angol fordítása, tehát a „creative accounting” kulcsszó megadása által. Tanulmányom angol, román és magyar nyelvű szakirodalmakra épül.

Ezen túlmenően „hólabda-mechanizmust” alkalmazva a kezdeti beválasztott szakirodalmakból visszakerestem az eredeti forrásokat, így tovább bővítve a felhasznált irodalmak számát.

Tanulmányom gyakorlati részét képezi a kreatív számviteli technikák alkalmazására felhozott vállalati példák. Illetve pár romániai és magyarországi esetet is megemlítek példaként a számviteli trükközésre.

A tanulmány fő kutatási kérdése, hogy milyen dimenziókban ölt testet a kreatív számvitel. Ahhoz, hogy erre teljes körű választ adjak az olvasónak, több perspektívából közelítem meg a kérdést, ami több alkérdés megválaszolását követeli meg. Ezek a következők:

- 1) Hogyan is definiálható a kreatív számvitel és miként ítéltető meg?
- 2) Mi motiválja a vállalatokat, hogy kreatív számvitelt használjanak?
- 3) Milyen etikai, erkölcsi, jogi és szabályozási kérdések merülnek fel a kreatív számvitel kapcsán, és milyen hatása van ezeknek a gyakorlatoknak a szervezeti hitelességre és átláthatóságra?
- 4) Melyik számviteli rendszerben (US GAAP vagy IFRS) van több lehetőség kreativitásra?
- 5) Milyen technikái vannak a kreatív számvitelnek?
- 6) Hogyan nyilvánkozik meg nagyvállalati botrányokban a számviteli szemfényvesztés, milyen előjelei vannak, illetve milyen következményekkel jár?
- 7) Miként lehet beazonosítani, hogy egy vállalat manipulálja a számvitelt?
- 8) Mi a különbség a kreatív számvitel és a csalás között?

Csak ezekre a kérdésekre választ kapva érthetjük meg igazán a kreatív számvitel árnyaltos dimenzióit, így hát arra törekszem, hogy választ adjak ezekre a kérdésekre a tanulmányom során.

2. A kreatív számvitel meghatározása és megítélése

Maga a számvitel úgy határozható meg, mint az eszközök, kötelezettségek és saját tőke, valamint a jogi és természetes személyek tevékenységéből származó eredmények mérésére, értékelésére, megismerésére, kezelésére és ellenőrzésére szakosodott tevékenység. Ebből kifolyólag a számvitelnek biztosítania kell a pénzügyi helyzetre, pénzügyi teljesítményre és egyéb elvégzett tevékenységgel kapcsolatos információk időrendi és szisztematikus rögzítését, feldolgozását, közzétételét és megőrzését, mind a belső követelmények, mind a jelenlegi és potenciális befektetők, pénzügyi és kereskedelmi hitelezők, ügyfelek, közintézmények és más felhasználók számára (LG.C. 82/1991, 2008).

Bár a kreatív számvitel a számvittel egy időben jelent meg, a fogalmat csak 1973-ban vezette be a szakirodalomba J. Argenti brit tudós (Holda és Staszal, 2014). Tehát a kreatív számvitel először az angolszász környezetben került szóba, majd a fogalmat később más európai országokban is átvették (Popescu és Tatu, s.a.). A „kreatív számvitel” kifejezés szélesebb körben az 1990-es években került bevezetésre Nagy-Britanniában, mint a „valós és becsületes kép” szabályát sértő, a pénzügyi és számviteli adatokkal való manipulációk leírására alkalmas szinonima (Holda és Staszal, 2014).

Ami a kreatív számvitel fogalmának pontos meghatározását illeti, az egyetlen közös pont, amelyben a szakirodalom egyetért, hogy a kreatív számvitelnek nincs pontos definíciója (Fragalla, 2015).

Az 1. táblázatban az általam talált lényegesebb meghatározásait olvashatjuk a kreatív számvitelnek, amiket időrendi sorrendbe rendeztem, az eredeti forrás dátuma szerint.

1. táblázat: Kreatív számvitel definícióinak áttekintése kronológiai sorrendben

Évszám	Definíciók
1986	A kreatív könyvelés a nyereség manipulálása, azáltal, hogy a közzétett beszámolók olyan adatokon alapulnak, amelyeket finoman „megfőztek” vagy teljesen „megpirítottak”, tehát megváltoztattak, de ez mégis teljesen ízlésesen és törvényesen történik (Griffiths, 1986; idézi Holda és Staszal, 2014).
1988	A kreatív számvitel az a tevékenység, amelyet a számviteli szakma kevésbé lelkiismeretes szereplői gyakorolnak azáltal, hogy a számviteli folyamat során több megítélésen alapuló kérdések és a pénzügyi események eredményeinek bemutatása miatti rugalmasságot kihasználják manipulációra, megtévesztésre és félrevezetésre (Jameson, 1988; idézi Holda és Staszal, 2014).
1993	A kreatív számvitel a pénzügyi számviteli adatok átalakítása a tényleges számviteli

	adatokból a készítőik által kívántak szerint, a meglévő szabályok kihasználásával vagy figyelmen kívül hagyásával (Naser, 1993; idézi Holda és Stasszel, 2014).
1993	A kreatív számvitel olyan kommunikációs technika, amelynek célja a befektetőknek nyújtott információk javítása, beismerve, hogy a számviteli információk relevanciája és hitelessége csorbát szenved, a vállalat tényleges helyzete és a „számviteli igazság” által szolgáltatott elemzési adatok közötti párhuzamosság miatt (Trotman, 1993; idézi Balaciu, Bogdan & Vladu, 2009).
1997	A kreatív számvitel egyes vállalatok által alkalmazott, gyakran a törvényesség határát súrló számviteli tájékoztatási gyakorlatok, amelyek a szabályozás és a szabványosítás korlátait kihasználva igyekeznek megszépíteni a pénzügyi helyzetükről, valamint gazdasági és pénzügyi teljesítményükről alkotott képet (Colasse, 1997; idézi Balaciu, Bogdan & Vladu, 2009) .
1999	A kreatív számvitel olyan folyamat, amely során a könyvelők a számviteli szabályok ismeretét felhasználják arra, hogy manipulálják a vállalkozások könyvelésében szereplő számadatokat (Amat, Blake és Dowds, 1999).
2000	A kreatív számvitel olyan eljárások összessége, amelynek célja az eredmény szintjének megváltoztatása annak minimalizálása vagy maximalizálása által, vagy a pénzügyi kimutatások bemutatásának megváltoztatása anélkül, hogy ezek a célok kölcsönösen kizárnák egymást (Stolowy, 2000; idézi Balaciu, Bogdan & Vladu, 2009).
2002	A számviteli szabálytalansághoz használt valamennyi lépés összessége, beleértve az agresszivitás választását és alkalmazását a számviteli elvek alkalmazásában, illetve a csalárd pénzügyi jelentéstételt, valamint minden olyan lépést, amelyet a nyereségmenedzsment vagy a jövedelemegyengetés érdekében tesznek (Mulford és Comiskey, 2002).
2014	A kreatív számvitel a számviteli szabályozás által meghagyott technikák, lehetőségek és a szabad mozgástér összessége, a törvényektől vagy számviteli követelményektől való eltávolodás nélkül, amely megengedi a vezetőknek, hogy megváltoztassák a pénzügyi eredményt vagy a pénzügyi kimutatásokat (Stolowy és Breton, 2002; idézi Holda és Stasszel, 2014).

Forrás: saját szerkesztés

A kreatív számvitelt két, pozitív és negatív nézőpontból is vizsgálhatjuk. Pozitív nézőpontból úgy tűnhet, hogy a kreatív számvitel a számviteli elvek és technikák feltalálását jelenti a számviteli gyakorlatban bekövetkezett változások felismeréséből adódóan (Mudel, 2015). Ez a szempont szerint a számviteli szakemberek találékonyságán van a hangsúly, mivel ők a vállalat hasznára tudják fordítani az olyan jogi, gazdasági és pénzügyi innovációkat, amelyekre nem léteznek normalizált számviteli megoldások az adott időpontban

(Moisescu, 2016). Negatív nézőpontból a kreatív számvitel olyan nemkívánatos gyakorlatokat jelent, amelyek etikátlan elemeket asszimilálnak a tőkebefektetők vonzása érdekében azáltal, hogy egy bizonyos cég ügyeinek félrevezető és megtévesztő állapotát mutatják be (Mudel, 2015). Tehát a kreatív számvitel torzítja a gazdálkodási eredményt és a vállalat pénzügyi pozícióját, ennek következtében pedig a hamis informálás egyik változatának tekinthető. Annak ellenére, hogy nem szegi meg a számviteli szabályokat és a hatályos törvényeket, vagyis betartja a törvény betűjét, de annak szelleme már nem hatja. Ez a rugalmasság pedig teret enged a manipulációnak, csalásnak, torzításnak és hamisításnak (Szász, 2010).

Az előbbi meghatározások alapján készítettem egy szófelhőt az egyes meghatározások kulcsszavaiból a jobb áttekinthetőség és a kreatív számvitel jobb megértése érdekében:

1. ábra: A kreatív számvitelt meghatározó kulcsszavak



Forrás: saját szerkesztés

Általánosságban én úgy fogalmaznám meg a kreatív számvitelt, mint egy olyan dinamikus megközelítés a hagyományos számviteli gyakorlatokon belül, amely az üzleti folyamatokat és pénzügyi eseményeket egy innovatív és alkotói szemlélettel közelíti meg, amely végkimenetele nem feltétlenül mindenki szemszögéből pozitív. Továbbá a fenti definíciókból azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a kreatív számvitelről túlnyomóan úgy vélekednek, mint törvényes technikák összességéről, amely a törvény kiskapuit kihasználva manipulálja a számviteli adatokat.

A kreatív számvitel „jutalma” sokféle és változatos lehet, de annak hátrányaival is kell számolni. A kreatív számvitel alkalmazásából származó előnyök aszerint, hogy éppen hol nyilvánul meg és a hátrányok a 2. táblázatban vannak összefoglalva:

2 táblázat: A kreatív számvitel alkalmazásából származó előnyök és hátrányok

ELŐNYÖK		HÁTRÁNYOK
Részvényárfolyam	Magasabb részvényárak	Csőd bekövetkezésének fennállása
	Csökkentett részvényárfolyam-ingadozás	Üzleti partnerek veszélyeztetése
	Növekvő vállalatértékelés	A nyilvánosság bizalmának elvesztése
	Alacsonyabb saját tőke költség	Részvényérfolyam csökkenése
	A részvényopciók értékének növekedése	Befektetők és hitelezők elvesztése
Hitelköltségek	Javuló hitelbesorolás	Befektetők és hitelezők csődbejuttatása
	Magasabb adósságminősítés	Büntetőjogi vádak
	Alacsonyabb hitelfelvételi költségek	Elítélés és börtönbüntetés
	Kevésbé szigorú pénzügyi feltételek	Csorbát szenved a valós és megbízható kép
Bónuszterv, politikai költség	Növekvő nyereségalapú bónuszok	Ügyfelek elvesztése
	Enyhébb szabályozás	Munkások munka nélkül maradása
	A magasabb adók elkerülése	Részvénytőkepiaci rendszerzavar

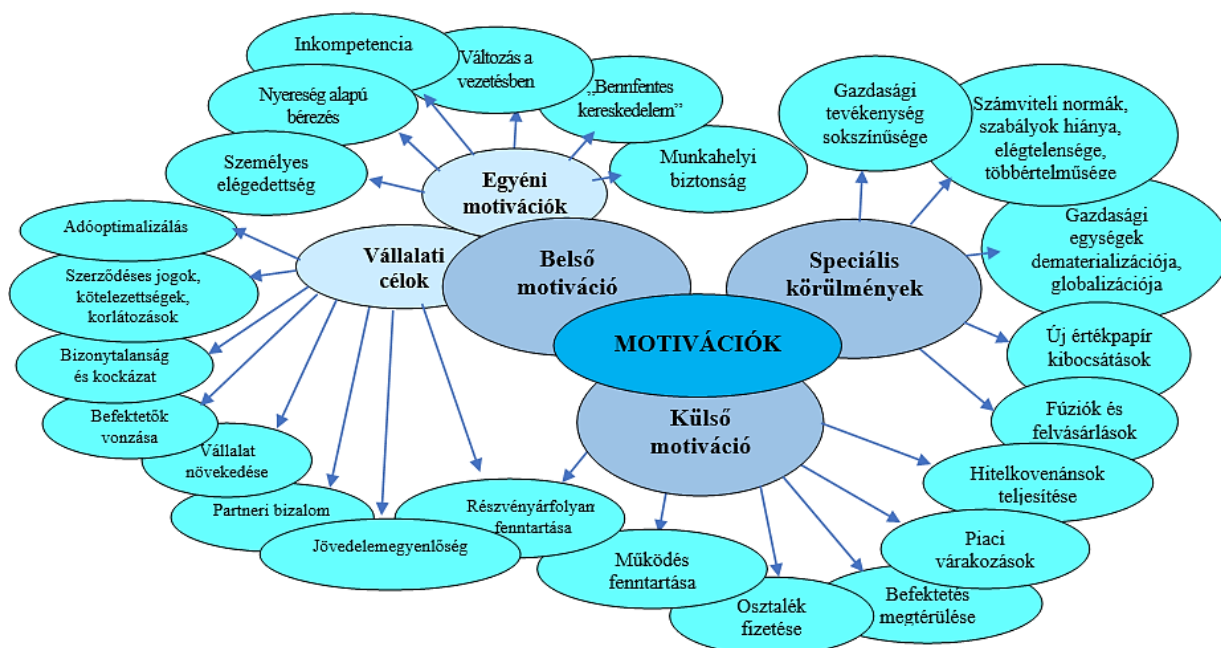
Forrás: saját szerkesztés, Mulford C. W. és Comiskey E. E. 2002. alapján

A 2. táblázatból láthatjuk, hogy az előnyök érinthetik a részvényárfolyamot, a hitelköltséget, illetve a bónusztervet és a politikai költségeket. Ezek mind olyan dolgok, amik változtatása nélkül a vállalat még nyugodtan tudna működni, legfeljebb kevesebb pénz jönne a vállalatvezetők zsebébe. Ezzel szemben a hátrányok egyáltalán, vagy csak nagyon nehezen visszafordítható helyzetek, amik a vállalkozás végét is jelenthetik. Így hát az én javaslatom, hogy ne legyünk nagyra vágyók, elégedjünk meg azzal, ami van, vagy ha tenni akarunk a növekedés érdekében azt tisztességesen tegyük, inkább a működés területén változtassunk és ne a vállalkozás számvitelében. Hiszen a kreatív számvittel csak papíron változtatunk a vállalat helyzetén, előbb vagy utóbb pedig kiderül, hogy más a helyzet a valós életben. Ha pedig fény derül az ilyenfajta műveletekre, akkor a vállalat elveszíti a részvényesek és egyéb külső érdekeltek bizalmát és nem lesz honnan várjon segítséget a megmentéséhez. Végeredményben tehát a kreatív számviteli technikák alkalmazása rövid távon akár előnyös is lehet, de hosszú távon már olyan problémákat is okozhat, amelyeket nehéz kompenzálni.

3. A kreatív számvitel használatának motivációi

A kreatív számviteli technikák használatának indítékait, három fő kategóriába csoportosíthatjuk. Az első nagy csoport a vállalaton belüli motivációk, ami háttérben állhat a menedzsment egyéni, személyes célja, vagy a vállalat által kitűzött célok elérése. A második a külső motivációk csoportja, amikor is a vállalattal szembeni elvárások motiválják a vezetőséget, hogy kreatív eszközök használatához folyamodjanak. A harmadik csoport pedig a különleges körülményeket foglalja magába, amely a lehetőséget teremti meg a kreativitáshoz, itt a legjellemzőbb a törvényi keret hiányossága, tehát a kiskapuk. A 2. ábra szemlélteti, hogy többek között milyen indítékok tartoznak az említett három nagy csoportba, amik közül a legjellemzőbbeket részletesebben is be fogom mutatni a továbbiakban.

2. ábra: A kreatív számvitel motivációi, indítékai



Forrás: saját szerkesztés, Hajdu D. 2017. alapján

3.1 Belső motivációk

Az egyik belső motiváció a vezetők egyéni érdekei, amin belül megemlítendő az a helyzet, ha a **bérezés** vagy a **bónuszrendszer nyereséghez** vagy a **vállalat részvényárfolyamához kötött**, mivel az igazgatókat ez egyértelműen arra ösztönzi, hogy olyan beszámolót nyújtsanak be, amely lenyűgözi a tőzsdét. Amennyiben a bónusz a bejelentett nyereségen alapul, a rendszer gyakran előírja, hogy a bónusz a nyereség egy bizonyos minimumszintet meghaladó százalékát teszi ki, és egy maximum szintig fizetik ki. Így, ha a nyereség a két szint között van, akkor az igazgatók olyan számviteli módszereket választanak, amelyek a nyereséget a maximum felé emelik. Ha a nyereség a minimális szint

alatt van, az igazgatók olyan számviteli módszereket választanak, amelyek maximalizálják a képzett céltartalékokat, hogy a következő években ezeket a céltartalékokat vissza lehessen írni a nyereség növelése érdekében, ezzel pedig még jobban lecsökkentik az eredményt, de ez a menedzsereket már nem érdekli, mivel úgysem kapnak az adott szint alatt már bónuszt. Hasonlóképpen, ha a nyereség a maximális szint felett van, az igazgatók arra törekednek, hogy a számadatot erre a maximális szintre csökkentsék, eltolva a nyereséget későbbre (Amat, Blake és Dowds, 1999).

Az is a vezető érdeke, hogy ha **változás** volt **a vezetésben**, akkor az új vezető úgy alakítsa a dolgokat, hogy a régi vezetés rossz irányítását állítsa be a veszteség okaként (Shah és Butt, 2011). Ilyenkor olyan rendelkezéseket hoznak, amelyek biztosítják, hogy az esetleges veszteségek az előző vezető felelősségeként jelenjen meg (Amat, Blake és Dowds, 1999).

Ha **az igazgatók „bennfentes kereskedelembe” vesznek részt** a vállalatuk részvényeivel, akkor kreatív számvitel alkalmazásával késleltethetik az információk piacra kerülését, ezáltal növelve a bennfentes tudásból származó előnyök kihasználását saját maguk érdekében (Amat, Blake és Dowds, 1999).

A kreatív számviteli elmélet szerint összefüggés van a kreatív számviteli technikák alkalmazása és a **vezetők inkompetenciája** között (Groșanu, Răchișan és Berinde, 2011). Ha a vezetők nem hozzáértőek és csak bizonyos intézkedésekre összpontosítanak, figyelmen kívül hagyva a számviteli információs rendszert és pénzügyi kimutatásokat, a helyzet romlani fog. A gazdasági egység ilyenkor kreatív számvittel rejti el a nem teljesített tevékenységeket, az üzletmenet folytonosságának biztosítása érdekében (Tataru, 2023).

Továbbá **az igazgatók és a vezetők aggódhatnak a munkájuk** miatt is, bár lehet, hogy nagy javadalmazási csomagot kapnak, ha kiábrándító eredményekről számolnak be, kiszolgáltatottnak érezhetik magukat. A vezetők félhetnek az elbocsátástól, az igazgatók pedig az igazgatótanácsi ülésterem átalakításától. Ezért úgy kerülnek el ezt a két forgatókönyvet, hogy az eredményeket kreatívan kezelik (Jones, 2011). Emellett a vezetők is, mint minden más emberi lény **vágyik a személyes elismerésre és megbecsülésre**. Azonban, ha egy adott időszak eredményei rosszak, akkor a vezetők elveszíthetik az önbecsülésüket, ezért is próbálhatják az eredményeket megmászítani (Jones, 2011).

A másik fajta belső motiváció az egész vállalat érdekei. Ezek közül az **adóelkerülés** vagy az **adóalap csökkentése** a leggyakoribb indítékok (Sabău, Mare és Safta, 2015).

A kreatív számvitel alkalmazásának, további lehetséges oka, hogy a társaságokat a beszámolóban szereplő összegek alapján különböző **szerződéses jogok, kötelezettségek és korlátozások** terhelik. Az ilyen szerződéses problémákra példa a kölcsönszerződések,

amelyek általában tartalmazznak korlátozást arra a teljes összegre vonatkozóan, amelyet a társaság a teljes alaptőke és a tartalékok többszöröseként számolva jogosult felvenni. Ha egy vállalatnak olyan hitelfelvételei vannak, amelyek közel vannak ehhez a határhoz, akkor olyan számviteli módszereket választanak, amelyek növelik a kimutatott nyereséget és következésképpen a tartalékokat is, illetve a finanszírozást úgy szervezzik meg, hogy az ne jelenjen meg kötelezettségként a mérlegben (Amat, Blake és Dowds, 1999).

A **bizonytalanság** és **kockázat** egy másik vállalati motiváció, mivel a piaci elemek megnövekedett volatilitása, például az állandó devizaárfolyamokról az ingadozó árfolyamokra való áttérés, az inflációval összhangban lévő kamatlábak emelkedése vagy a gazdasági válság időszakai indokolhatják a kreatív számvitel alkalmazását (Tataru, 2023).

Továbbá a vállalatok **egyenletes jövedelemáramlást** akarnak felmutatni, hogy lenyűgözzék a befektetőket és stabilan tartsák a részvényárakat (Shah és Butt, 2011). Emellett jobban szeretnek a nyereség egyenletes növekedési tendenciájáról beszámolni, mint drámai emelkedések és visszaesések sorozatával volatilis nyereséget mutatni. Ezt úgy érik el, hogy a jó években szükségtelenül magas céltartalékokat képeznek a kötelezettségekre, az eszközértékekkel szemben, hogy a rossz években ezeket a céltartalékokat csökkenteni tudják, ezáltal javítva a kimutatott nyereséget (Amat, Blake és Dowds, 1999).

A kreatív számvitel segíthet a **részvényárfolyam fenntartásában** vagy növelésében is azáltal, hogy a kockázat csökkentése érdekében csökkenti az adósságszintet, és jobb nyereséget mutat (Shah és Butt, 2011).

3.2 Külső motivációk

A vállalatnak számos elvárással kell szembenéznie az érdekelt felek részéről (stakeholders), ezeket nevezzük külső motivációknak. A munkavállalók és a vevők a vállalat **hosszú távú fennmaradását** szeretnék biztosra tudni. A beszállítók **biztosítékot** akarnak a **fizetésre és hosszú távú kapcsolatra** a vállalattal. A részvényesek pedig minél **nagyobb osztalékot** szeretnének kapni, amellet, hogy a vállalat hosszú távon is fennmaradjon. A vállalat az elemzők **előrejelzéseit** és az **osztalékfizetési mintát** is szeretné **teljesíteni** (Shah és Butt, 2011). Az elemzők profit-várakozási igényeire általában azok a vállalatok a legfogékonyabbak, amelyek újak, vagy nemrég lettek jegyezve a tőzsdén, ezek gyakran erőfeszítéseket tesznek annak érdekében, hogy az elemzők őket tartsák a legjobbnak (Szász, 2010).

A számviteli trükkök csábító ereje különösen erős az olyan vállalatoknál, amelyek nehezen tudnak lépést tartani a befektetői elvárásokkal vagy a versenytársak teljesítményével (Schilit és Perler, 2010).

3.3 Megengedő körülmények

A megengedő körülmények között azokról a tényezőkről beszélhetünk, amelyek megteremtik azt a környezetet, amelyben művelhető az ilyen leleményes tevékenység. Ilyen például a **gazdasági tevékenység sokszínűsége és változatos jellege**, ami több számviteli lehetőség meglétét jelenti, lehetővé téve a vállalkozások számára az eredmények elsimítását (Popescu és Tatu, s.a.).

Egy másik elem, a **nemzeti számviteli normák hiánya vagy elégtelensége** a társadalmi és összevont (konszolidált) beszámolók összeállítására vonatkozóan (Groșanu, Răchișan és Berinde, 2011). A folyamatos gazdasági fejlődés miatt a számviteli szabályok nem tudják lefedni az összes olyan problémát, amely egy vállalkozás tevékenysége során felmerülhet, ami szakmai megítélést igényel a problémák megoldása során (Popescu és Tatu, s.a.). Például, a készletek értékelésére vagy az értékcsökkentésére több módszer is létezik, amik közül többnyire kedvükre választhatnak a szakemberek (Shah és Butt, 2011). Továbbá a számviteli törvények szövegének értelmezhető jellege és a becsléseket vagy előrejelzéseket igénylő elemek a vállalat érdekeitől függően kezelhetővé teszik az egyes problémákat (Popescu és Tatu, s.a.).

Egy másik ihlet a **gazdasági egységek dematerializációja** is lehet, mivel a mai gazdaságban a gazdasági egységek nem csak fizikai eszközökből állnak, hanem egyre inkább jelen vannak az immateriális javak is. Míg a fizikai eszközök értékelése és bemutatása megoldottnak mondható, addig az immateriális javak esetében problémák merülnek fel, mivel azok kiterjedtsége, valamint az ezen eszközökre vonatkozó számviteli szabályok viszonylagos homályossága termékeny talajt teremt a kreatív számvitelnek (Groșanu, 2013).

Új értékpapír kibocsátása két fő esetben merül fel. Az első esetben mikor a vállalat először lép a tőzsdére. A második esetben mikor már létező részvénykibocsátás útján szeretne több pénzt szerezni. Mindkét esetben a vállalatot minden arra ösztönzi, hogy eredményei a lehető legjobban nézzenek ki (Jones, 2011).

A vállalatok gyakran vesznek részt **fúziós és felvásárlási tevékenységekben**. Akár az ajánlattevő, akár a célpont a vállalat, a kreatív könyvelés ösztönző erővel bír ebben az esetben is (Jones, 2011).

A pénzügyi kimutatások manipulálását forrástól függetlenül nyomás hatására gyakorolják. A pénzügyi kimutatások megmásítását kezdetben a nehezen teljesíthető célkitűzések elérésére használják, majd a nyomás tovább fokozódik, annak felismerésével, hogy ha nem tudják elérni a kitűzött célokat, az megbocsáthatatlannak tekinthető (Szász, 2010).

4. Kreatív számvitel és valós kép

Az egész társadalom, különösen a gazdasági élet szereplőinek fontos, hogy a vállalatok vagyoni helyzetéről és profittermelő képességéről kapott információk valósághűek, hitelesek, vagyis megbízhatóak legyenek (Szász, 2008). A számvitel egyik alapelve is kimondja, hogy a számvitel által nyújtandó információknak a gazdasági helyzet valós képét kell tükrözniük. A valós és megbízható kép brit eredetű fogalom, és a számviteli standardoknak és a törvényeknek való megfelelésre vonatkozik (*SCRI Group, s.a.*).

Elméletileg a megbízható és valós kép fogalma a számvitel három jellemzőjéhez kapcsolódik. Az első a szabályszerűség, ami az alapelvek, konvenciók és számviteli szabályok alkalmazását jelenti, a hatályos szabályoknak és eljárásoknak megfelelően. A második az őszinteség, ami magában foglalja a számviteli referencia által megállapított számviteli elvek és szabályok tisztességes és szakszerű alkalmazását. A harmadik pedig a hűség, ami a gazdasági valóság teljes és releváns képének megalkotását jelenti (*SCRI Group, s.a.*).

A kreatív számvitel nagy hatással van a pénzügyi információkra, és ezáltal azokra a döntésekre, amelyeket az érdekelt felek ezek alapján hoznak meg. Valójában, ők a döntéshozatali folyamat támogatására használják a pénzügyi információkat (Nastasia, 2020). Emiatt is fontos, hogy a pénzügyi kimutatásokban tiszta és valós képet nyújtsanak a vállalatok pénzügyi helyzetükről.

A kreatív számvitel és a megbízható, valós kép között fordított oksági kapcsolat áll fenn. Ami oka, hogy ahhoz, hogy a vállalkozás igaz és valós képet nyújtson, a lehető legpontosabb és legmegfelelőbb becsléseket kell alkalmaznia, pártatlan vagy objektív képet kell nyújtania, el kell kerülnie a hibákat, torzításokat és manipulációkat a pénzügyi kimutatásaikban, illetve a *törvény szavának és szellemének megfelelően* kell eljárnia. Ezzel szemben a kreatív könyvelés optimista vagy pesszimista becsléseket alkalmaz, egy bizonyos cél érdekében, amely eltér az ésszerű, igaz és tisztességes értéktől, a vállalatról a kívánt képet alakítja ki, a számviteli szabályozás egyes kiskapuit használja ki a pénzügyi kimutatások manipulálása érdekében, továbbá *tiszteletben tartja a törvény szavát, de a szellemét nem*, illetve etikai jellege nyilvánvalóan kétséges (Moldovan, Achim és Bota-Avram, 2010).

A kreatív számvitel hűségképre, vagyis valós képre gyakorolt hatásáról két fő vélemény alakult ki: az angolszász- és a kontinentális vélemény.

Az angolszász vélemény azokban az országokban érvényes, ahol a számvitelt megkülönböztetik az adózástól, és ahol a pénzügyi kimutatások a pénzügyi számvitel és a vezetői számvitel szintézisét képviselik. Tehát a számvitel a gazdasági valóságot tükrözi és a

vállalatról szóló információs rendszernek tekintik. Az az állásfoglalás terjedt el ezekben az angolszász országokban, hogy a hűséges kép függ a szakmai érveléstől, amely a szakmai művészet kifejezése (Feleagă et al, 2005; idézi Gînta és Țirău, 2018). Más szóval elismeri a szakmai megítélés és a választás szabadságának szükségességét a számvitel területén, ami nem feltétlenül rontja a valós kép kialakítását és bemutatását.

A kontinentális vélemény szerint egyes országokban a könyvelést az állam szolgálatában álló eszköznek tekintették és tekintik ma is, amelynek az a feladata, hogy biztosítsa a helyes adóalapot az adók és illetékek kiszámításához. Annak érdekében, hogy a beszámoló éves pénzügyi kimutatásai valós képet tükrözzenek, a könyvelést saját elvei alapján, kizárólagos költségvetési célokra kell végezni, anélkül, hogy az értékek kiigazításai miatt hamis képet adnának (Feleagă et al, 2005; idézi Gînta és Țirău, 2018).

Megállapíthatjuk, hogy a kontinentális koncepció a kreatív számvitelt a valós kép elérésének akadályaként, félrevezető és nem kívánatos gyakorlatnak tekintik, ezzel szemben az angolszász koncepció bizonyos rugalmasságot tanúsít, és szükségesnek tartja a szakmai gondolkodást, a választás szabadságát, az ítélőképességet a valós kép kialakításában és megjelenítésében (Gînta és Țirău, 2018).

Annyi biztos, hogy a kreatív számvitelnek nem szabad a pénzügyi jelentésekben és kimutatásokban eltúloznia vagy félrevezetően ábrázolnia a valóságot, illetve az nem szenvedhet el szándékos deformációkat, manipulációkat vagy lényeges információ kihagyásokat. Tehát jobb, ha nem rugaszkodunk el a számviteli szabályoktól, mert úgy biztosabb, hogy valós és megbízható képet fogunk nyújtani a vállalatról.

Végezetül, a pénzügyi leleményesség beszívargása a számvitel területére hosszú távon káros hatással van a vállalatok hitelességére és a pénzügyi piacok működésére. Ezért alapvető fontosságú, hogy a vállalati vezetők és a számviteli szakemberek elkötelezettek legyenek a tisztességes és átlátható pénzügyi gyakorlatok mellett, felismerve, hogy a valós kép bemutatása nemcsak jogi, hanem erkölcsi kötelezettség is.

5. A GAAP és az IFRS számviteli rendszerek összehasonlítása

Az általánosan elfogadott számviteli elvek (GAAP= Generally Accepted Accounting Principles) a Pénzügyi Számviteli Standardok Testülete (FASB) által az Egyesült Államokban az Értékpapír- és Tőzsdebizottság (SEC) számára meghatározott számviteli standard, amit minden amerikai és kanadai tőzsdén jegyzett vállalatnak követnie kell a pénzügyi kimutatások benyújtásakor. A GAAP célja segíteni a befektetőket a pénzügyi adatok elemzésében és a különböző vállalatok összehasonlításában, hogy megalapozott pénzügyi döntéseket hozhassanak (Shopify Staff, 2023).

A Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS= International Financial Reporting Standards) a Nemzetközi Számviteli Standard Testület (IASB) által meghatározott számviteli standardok, amelyet a G20-országok közül 15 követ, köztük az Európai Unió, amin belül Románia is (Shopify Staff, 2023).

Bár a GAAP és az IFRS egyaránt a pénzügyi beszámolók felépítésére és benyújtására vonatkozik, jelentős különbségek vannak köztük. A két fő különbség a végrehajtás és a hatáskör.

Végrehajtás szempontjából a GAAP szabályalapú, ami azt jelenti, hogy a nyilvánosan jegyzett amerikai vállalatoknak törvényesen követniük kell az irányelveit, emellett részletesebb és előíróbb. Ezzel szemben az IFRS szabványalapú, ami azt jelenti, hogy senki sem köteles követni az irányelveit, csak ajánlott, tehát elv alapú. Ennek eredményeképpen az IFRS elméleti keretei és elvei nagyobb teret engednek az értelmezésnek, vagyis rugalmasabb, és néha hosszadalmas közzétételt igényelnek a pénzügyi kimutatásokban.

Hatáskör szerint a GAAP az Egyesült Államokban, míg az IFRS világszerte használatos. Az IFRS-eket meghatározó IASB globális befolyással bír; számviteli standardjait a világ országainak számviteli szabályaihoz igazítják. Az Egyesült Államok az egyetlen kivétel, ahol a SEC előírja az amerikai vállalatok számára, hogy pénzügyi kimutatásaik elkészítésekor a GAAP-ot alkalmazzák (Shopify Staff, 2023).

Vannak más figyelemre méltó különbségek is abban, hogy a GAAP és az IFRS hogyan kezeli a különböző pénzügyi dokumentumok egyes elemeit, ilyen például a bevétel elszámolás, készletértékelési módszer, cash flow kimutatás, mérleg, eszközök átértékelése, készletleértékelés visszaírása, a fejlesztési költségek elszámolása és még sorolhatnám.

A készletértékelésre három szabványos számviteli módszer létezik: az első beérkezés, első kimenet (FIFO= first-in-first-out) módszer, amely azt feltételezi, hogy a készlet első (vagy legrégebbi) tételei lesznek az első, amelyeket eladnak; az utolsó beérkezés, első kimenet (LIFO= last-in-first-out) módszer, ami szerint a készlet utolsó (vagy legújabb) tételei lesznek

az elsők, amelyeket eladnak; és a súlyozott átlagköltség módszer (WAC/CMP/AVCO), amely a készlet egy részének értékesítéséből származó összeget használja a fennmaradó rész értékének meghatározásához.

A cash flow kimutatás egy olyan pénzügyi kimutatás, amely pontosan megmutatja, hogy a pénzeszközök és pénzeszköz-egyenértékesek egy adott beszámolási időszakban hogyan kerülnek be és ki a vállalkozásból. A GAAP és az IFRS eltérő módon kezeli a cash flow kimutatásokat, különösen a kamatok és osztalékok besorolását illetően.

A mérleg egy olyan pénzügyi kimutatás, amely összefoglalja a vállalat eszközeit, kötelezettségeit és saját tőkéjét egy adott időpontban. A GAAP és az IFRS a mérlegben szereplő kategóriák elrendezésében tér el.

A vállalat eszközeinek értéke egy adott időszak alatt ingadozhat, ami azt jelenti, hogy újra kell értékelni őket. Az eszközök újraértékelése azért kulcsfontosságú, mert segíthet megtakarítani a tárgyi eszközök pótlási költségeit, ha azok hasznos élettartama lejárt, és pontosabb képet ad a befektetőknek a vállalkozásról.

A vállalat készletei idővel veszíthetnek értékükből. Egy eszköz például piaci vagy technológiai tényezők miatt veszíthet értékéből, ami „értékvesztés miatti veszteségnek” minősül. A GAAP és az IFRS előírja, hogy a vállalkozásoknak le kell írniuk a készleteiket, amint azok bekerülési értéke meghaladja a nettó realizálható értéket. Bár a veszteség gyakran végleges, az eszköz értéke újra növekedhet, ha az értékvesztő tényező már nem áll fenn, azonban nem mindegyik rendszer engedi meg az eredeti árra visszaértékelni azt.

A számvitelben a fejlesztési költségek az immateriális javak fejlesztésének belső költségei (Shopify Staff, 2023).

3. táblázat: A GAAP és az IFRS közötti eltérések

Számviteli terület	GAAP	IFRS
Bevétel elszámolása	Elhalasztják, amíg a bevételi folyamat meg nem történik.	Amikor az értékesítés megtörténik.
Készletértékelési módszer	Mindhárom készletértékelési módszert megengedi. A FIFO módszer alkalmazása esetén a „nettó eszközértéket” használja a készletértékelés meghatározásához.	Csak a FIFO és a súlyozott átlag módszert engedélyezi. A FIFO alkalmazásakor a „nettó realizálható értéket” használja.
Cash flow kimutatás	A fizetett és kapott kamatok, valamint a kapott osztalékok a működési szakaszban, míg a fizetett osztalékok a finanszírozási	Minden kamat és osztalék a működési vagy finanszírozási szakaszban szerepelhet, tehát

	szakaszban szerepelnek.	nincs megszabva annak helye.
Mérleg	Az eszközöket likviditási sorrendben követeli meg, a leglikvidebb eszközökkel az első helyen.	Az eszközöket likviditásuk szerint fordított sorrendben javasolja, a legkevésbé likvid eszközökkel az első helyen.
Eszközök átértékelése	Csak a forgalomképes értékpapírok (azaz befektetések és részvények) valós piaci értékének átértékelését engedélyezi, a többi a bekerülési értéken kell tartani.	Lehetséges több eszköz átértékelése, beleértve az üzemeket, ingatlanokat és berendezéseket, a készleteket, az immateriális javakat és a forgalomképes értékpapírokba történő befektetéseket.
Készletleértékelés visszairása	Nem teszi lehetővé, hogy az eszközt újra az eredeti árra értékeljék.	Lehetővé teszi, hogy egyes eszközöket az eredeti árukig értékeljenek, és azt értékcsökkenéssel korrigálják
Fejlesztési költségek	A felmerüléskor költségként kerülnek elszámolásra, a saját fejlesztésű szoftverek kivételével.	Aktiválhatják és több időszakon keresztül amortizálhatják őket.

Forrás: saját szerkesztés, Shopify Staff, 2023 és Fosbre, Kraft és Fosbre, 2009 alapján

A 3. táblázatból láthatunk néhány különbséget az US GAAP és az IFRS számviteli rendszerek között. Bár még lehetne folytatni ezen felsorolást, ennyi is elég szemléltetni, hogy a két számviteli rendszer eltéréseiből fakadóan más lenne egyazon vállalatnak az eredménye a GAAP és az IFRS szerint.

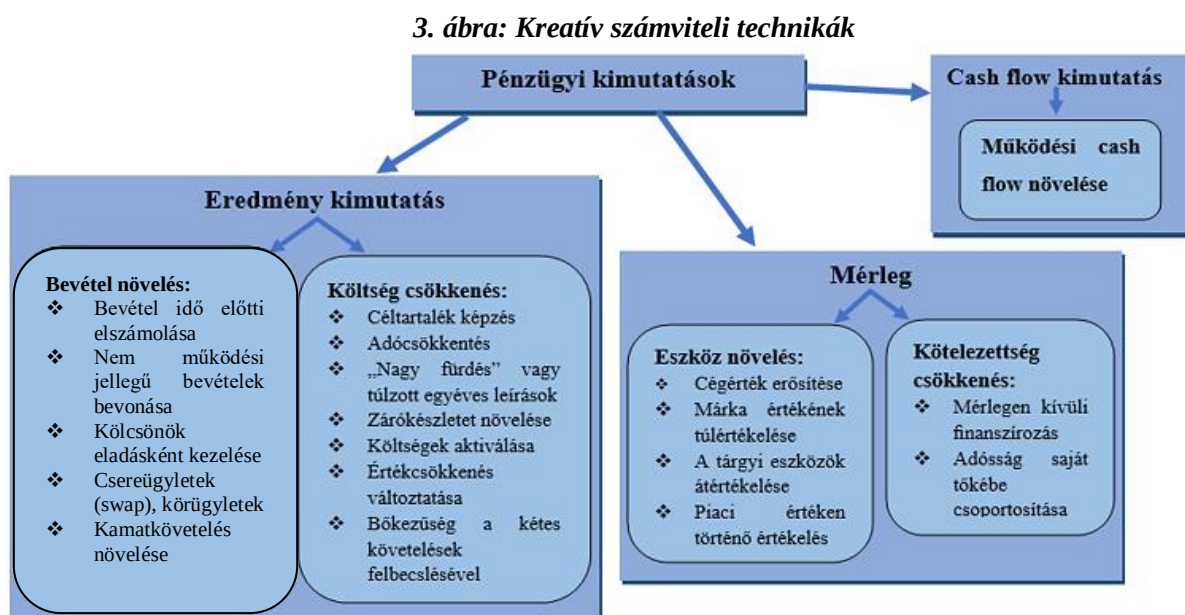
Megállapíthatjuk, hogy mind a GAAP, mind az IFRS számviteli rendszer rendelkezik olyan sajátosságokkal, amelyek lehetőséget nyújtanak a pénzügyi adatok manipulációjára, ugyanakkor különböző mértékben és módon teszik ezt lehetővé. Emellett az is kreativitásra ösztönözheti a számviteli szakembereket, hogy a két számviteli rendszerben lévő különbséget felfedezik és abból ihletődnek. Végeredményben minkét számviteli rendszer esetében fontos a megfelelő szabályozás és felügyelet, hogy minimalizálják a kreatív számvitel alkalmazásának lehetőségét és biztosítsák a pénzügyi kimutatások megbízhatóságát.

Továbbá beláthatjuk, hogy az IFRS számviteli rendszerben több lehetőség van a kreatív számvitelre, mivel az gyakran elv alapú, így több flexibilitást biztosít a pénzügyi jelentések készítése során. Ezzel szemben az US GAAP inkább szabály alapú, ami részletesebb

útmutatásokat tartalmaz a pénzügyi helyzet bemutatására, így szűkebb keretet hagyva a manipulációnak.

6. Kreatív számviteli technikák, vállalati példákkal

Egy vállalat könyvelésének három fő pénzügyi kimutatása az eredménykimutatás, a mérlegbeszámoló és a cash flow kimutatás. Mindhárom kimutatásban más-más célja van a kreativitásnak. Az eredménykimutatásban a fő cél általában a profit módosítása: ha növelni akarják, akkor a bevételeket növelni, a költségeket pedig csökkenteni, ha csökkenteni akarják, akkor a bevételeket csökkenteni, a költségeket pedig növelni fogják. A mérlegben a szokásos cél a vállalat nettó értékének növelése, ezt az eszközök növelésével és a kötelezettségek csökkentésével érik el. Végül a cash flow kimutatásban a cél általában a működési cash flow növelése az egyéb cash flow-k rovására (Jones, 2011). A 3. ábra vázolja a különböző technikákat, amelyekkel eléri a bevétel, eszközök vagy működési cash flow növelését, illetve a költségek vagy a kötelezettségek csökkentését a különböző pénzügyi kimutatásokban.



Forrás: saját szerkesztés

A kreatív számviteli technikák széles körűek és állandó fejlődésben vannak, mivel a szabályozások folyamatosan változnak, annak érdekében, hogy a kiskapukat bezárják (Liberto, 2023). Ezért is nem lehet az összes technikát egy csokorba szedni, így csak a legelterjedtebbeket említem meg tanulmányom ezen részében. Ha megnézzük a 2000-től napjainkig tartó számos pénzügyi botrányt, láthatjuk, hogy ezek nagy része kreatív számviteli gyakorlaton alapult, ezért szeretném ezek segítségével szemléltetni a kreatív számviteli technikák mivoltját, továbbá a jobb megérthetőség céljából csoportosítottam a technikákat, aszerint, hogy az az eredménykimutatásban, mérlegben vagy a cash flow kimutatásban eredményezett változást. De tudni kell, hogy egy-egy technika használatának végkimenetele

nem csak egy pénzügyi kimutatásban köszönhet vissza. Mivel tőzsdén jegyzett vállalatok által használt technikákat vizsgáltam, ezért azok célja az eredmény növelése, a mérleg megerősítése és a minél jobban kinéző cash flow kimutatás, ezzel szemben egy általános vállalat a profitadó csökkentésére is használhat kreatív számvitelt, ami esetében pont az eredmény csökkentése a cél. Tehát a bemutatott technikák nem teljeskörűek.

6.1 Eredménykimutatásban

Az eredménykimutatás célja jelentést tenni a részvényeseknek az üzletmenet alakulásáról. Ezt úgy érik el, hogy a bevétel és a költségek összevetése révén megkapják az adott időszak nyereségét (Amor és Warner, 2003). A vállalatok az eredménykimutatást azért szokták manipulálni, hogy magasabb bevételt, felfújtt nyereséget vagy helytelenül simított jövedelmet tudjanak jelenteni (Schilit és Perler, 2010).

6.1.1 Bevétel növelés

A bevétel növelésének öt leggyakoribb módszere: a bevétel idő előtti elszámolása, a nem működési jellegű bevételek bevonása, a kölcsönök eladásként kezelése, a csereügyletek (swap) vagy körügyletek és a kamatkövetelések növelése. Ezeket részletesebben ismertetem a következő alfejezetekben.

6.1.1.1 Bevétel idő előtti elszámolása

A bevétel idő előtti elszámolása azt jelenti, hogy a bevételt egy törvényes értékesítésből az általánosan elfogadott számviteli elvek által előírt időszakot megelőző időszakban számolják el (Khaneja és Bhargava, 2016). Ez a technika talán az egyik leggyakoribb és legelterjedtebb formája a kreatív könyvelésnek (Jones, 2011).

Az US GAAP úgy határozza meg, hogy a bevétel elszámolásához négy feltételnek kell teljesülnie: (1) kell legyen bizonyíték a megállapodásra, (2) a termék vagy szolgáltatás átadása megtörtént kell legyen, (3) az ár rögzített vagy meghatározható kell legyen, és (4) a bevétel beszedhetősége észszerűen biztosított kell legyen. Amennyiben ezen feltételek bármelyike nem teljesül, a bevételt el kell halasztani, amíg az összes feltétel nem teljesül (Schilit és Perler, 2010).

A bevétel idő előtti elszámolás első esete, mikor **a bevételt a szerződés szerinti kötelezettségek teljesítése előtt számolják el**. Egyes vállalatok mindent megtesznek azért, hogy a negyedév utolsó napján az óra éjfél utáni utolsó másodperc előtt rögzítsék az eladásokat. Néha kreatívak a negyedév végének megjelölésében, és egy jövőbeli időszak értékesítését a folyó időszakra hozzák előre. Például a *Computer Associates* vezetői rendszeresen 35 napra nyújtották ki a negyedév utolsó hónapját, valamint visszadátumozták és meghamisították az értékesítési

szerződéseket, hogy becsapják a könyvvizsgálót és a befektetőket, és elhíthessék a vállalat fiktív értékesítési növekedését (Schilit és Perler, 2010).

A második eset mikor **a szerződés alapján elvégzendő munkának már elvégezték egy részét, de nagyobb bevételt számolnak el**, mint ami a jogos összeg lenne a munka elvégzett részére. Ez esetben is felhozható példaként a *Computer Associates*, mivel a SEC azzal vádolta, hogy 1998 januárjától 2000 októberéig több mint 3,3 milliárd dollárnyi bevételt számolt el idő előtt legalább 363 ügyfelekkel kötött szoftverszerződésből (Schilit és Perler, 2010).

A harmadik eset mikor **a termék eladásából származó bevétel elszámolása a vevő általi végleges átvétele előtt történik**. Háromféle trükk van, amivel bevételt számolhatnak el a vevő általi végleges elfogadás előtt. Az első a bevétel elkönyvelése a termék vevőnek történő szállítása előtt, második a szállítás után, de a vevőtől eltérő személynek, és harmadik a szállítás után, de amíg a vevőnek még lehetősége van az eladás érvénytelenítésére. Ha egy eladó „számla és tartsd meg” tranzakciót kezdeményez, a befektetőknek azt kell feltételezniük, hogy az eladó túl korán próbálja a bevételt elszámolni. A *Sunbeam* vezérigazgatója, Al Dunlap például ezzel a stratégiával próbálta mesterségesen felduzzasztani bevételeit. A kiskereskedőket csaknem hat hónappal azelőtt meggyőzte, hogy megvásároljanak grillsütőket, mielőtt szezonja lenne, az árut fizikailag csak hónapokkal később kapták meg, és csak hat hónappal a számlázás után fizették. De persze a Sunbeam a 35 millió dolláros számlázási és tartási tranzakciókból származó összes eladást és nyereséget elkönyvelte (Schilit és Perler, 2010).

A vevő eladás érvénytelenítésének joga akkor fordulhat elő, ha (1) az ügyfél rossz terméket kapott, (2) az ügyfél a megfelelő terméket kapta meg, de túl korán, vagy (3) a vásárló a megfelelő időben kapta meg a megfelelő terméket, de ennek ellenére fenntartja a jogot az eladás visszautasítására. Ha a vevő megkapta a terméket, de még mindig visszautasíthatja az eladást, az eladónak vagy meg kell várnia a végleges átvételt a bevétel elszámolásával, vagy ki kell mutatnia a bevételt, de a várható visszáru összegét becsülő tartalékot kell képeznie. Példaként a *Symbol Technologies* hibás terméket szállított a vevő jóváhagyása nélkül. Hasonlóképpen, 1996 év végén az *Informix* elkönyvelte az eladást, de nem szállította le a szükséges szoftverkódot az év vége előtt. Ezután 1997 januárjában az *Informix* leszállított egy „béta” változat szoftverkódot, amely nem működött a hardverrel. A vállalatnak további hat hónapba telt, mire használható szoftverkódot tudott szállítani. Ennek eredményeként az *Informix* 1996 negyedik negyedévében könyvelte el a bevételt, nem pedig 1997 harmadik negyedévében (Schilit és Perler, 2010).

A negyedik eset mikor **a bevételt úgy számolják el, hogy a vevő fizetése bizonytalan vagy szükségtelen marad.** A *Kendall Square* számítógépes rendszerek gyártójánál például egy részvényesi perben azt állították, hogy 1993 első negyedében bejelentett bevételeinek közel felét helytelenül könyvelte el. E bevétel nagy része a Coloradói Egyetem és a Massachusettsi Alkalmazott Számítógépes Rendszerek Intézete részére történő szállításokból származott, mielőtt ezek az ügyfelek megkapták volna a szükséges finanszírozást. A vállalat végül helyesbítette az 1992-es pénzügyi évre és 1993 első félévére vonatkozó pénzügyi kimutatásait, visszafordítva a korábban bejelentett bevételeinek körülbelül a felét (Schilit és Perler, 2010).

Egy másik vállalat, amely még azelőtt számolt el bevételt, hogy ügyfelei biztosították volna a szükséges finanszírozást, a *Stirling Homex Corporation* volt, amely teljesen telepített moduláris lakóegységeket gyártott. A Stirling alacsony jövedelmű, korlátozott forrásokkal rendelkező vásárlóknak adott el otthonokat, akiknek többsége az Egyesült Államok Lakásügyi és Városfejlesztési Minisztériumán (HUD) keresztül jutott finanszírozáshoz. A Stirling helytelenül könyvelte el a bevételt, amikor a HUD aláírta az előzetes finanszírozási kötelezettségvállalást, ahelyett, hogy megvárta volna a végleges jóváhagyást. Ennek eredményeképpen a Stirling bevételt könyvelt el bizonyos ügyfelek esetében, akik végül nem kaptak finanszírozást. Így a pénzügyi kimutatások, amelyek a Stirlinget egészséges, virágzó, növekvő eladásokkal és bevételekkel rendelkező vállalként mutatták be, valójában a vállalat súlyos üzleti és pénzügyi problémáit takarták el (Schilit és Perler, 2010).

További esetek a bevétel idő előtti elszámolására az ausztráliai mobiltelefon-szolgáltatásokkal foglalkozó *One.Tel*, aki rendkívül agresszív marketingpolitikát folytatott. Ennek eredménye az volt, hogy sok ügyfélnek megfelelő hitelképesség-ellenőrzés nélkül könyvelte el az eladásokat. Ennek következtében jelentős behajthatlan és behajthatatlan követeléseket halmozott fel. Eközben Svédországban a *Prosolvia*, egy svéd virtuális valóságot és szimulációs szoftvereket gyártó vállalat hasonlóan agresszív értékesítési technikákat alkalmazott, és amint az ügyfelek érdeklődést mutattak a termék iránt, azonnal számlázott (Jones, 2011).

Nem utolsó sorban 2002-ben a SEC pert indított a *Xerox* ellen, azzal a váddal, hogy 1997 és 2000 között becsapta a befektetőket, illetve elfedte valódi működési teljesítményét többnyire helytelen, nem nyilvános számviteli manőverek alkalmazásával, ami következtében több mint 3 milliárd dollár értékben előbb számolt el berendezésekből származó bevételt, és körülbelül 1,5 milliárd dollárral növelte nyereséget (U.S. Securities and Exchange Commission, 2002). A vállalat gyakran alkalmazta az értékesítés típusú lízing elszámolását a

hosszú távú lízingbe adott fénymásoló és egyéb irodai berendezések szállításainak elszámolására. Az értékesítési típusú lízing esetében előre elszámolta a bruttó nyereséget (Mulford és Comiskey, 2002). A 13-as pénzügyi számviteli standard (FAS), a Pénzügyi Számviteli Standard Testület (FASB) eredeti nyilatkozata, meghatározza azokat a szabályokat, amelyeket a könyvelőknek a GAAP szerint követniük kell a lízing bevételek elszámolásakor, a Xerox azonban egyedi és nyilvánosságra nem hozott megközelítést alkalmazott, illetve többször helytelenül megváltoztatta annak módját (U.S. Securities and Exchange Commission, 2002).

6.1.1.2 Nem működési jellegű bevételek bevonása

Az elemzőket általában inkább a kereskedési nyereségek érdeklik, mintsem az egyszerű nem kereskedési tételek. Ezért a vállalatok gyakran megpróbálják a szokásos nyereségbe, azon belül a működési bevételekbe bevonni az egyszerű eladásokat vagy nyereségeket, mint például az eszközök eladásából származó egyszerű nyereséget. Régebben a vállalatoknál bevett gyakorlat volt, hogy a befektetett eszközöket a könyv szerinti értékük alá írták le, hogy eladásukkor működési bevételt könyvelhessenek el (Jones, 2011).

Például az indiai *Apollo Tyres* vállalat az általános tartalékból átutalt pénzeszközöket az eredménykimutatásba, hogy ellensúlyozza az indiai kormánynak fizetendő kiegészítő jövedéki adót. Az eredmény az lett, hogy a nyereség 320,85 millió rúpiával magasabb volt, mint amilyen egyébként lett volna. A svéd *ABB* világméretű elektrotechnikai vállalat is megfelel példának, ami szintén folyamatosan képes volt arra, hogy az eszközök értékesítéséből származó rendkívüli bevétellel növelje árbevételét. Az Egyesült Államokban a jól ismert *IBM* vállalat a globális hálózati üzletágának eladásából származó 2,7 milliárd dolláros nyereség nettósított értékével növelte a működési bevételét. Ez azt a benyomást keltette, hogy a működési bevétele több volt, mint amennyi valójában. (Jones, 2011).

Az 1999. évi 10-K jelentés (egy olyan átfogó jelentés, amit évente nyújt be egy nyilvánosan jegyzett vállalat a pénzügyi teljesítményéről, és amelyet a SEC előír) lábjegyzete közzétette, hogy az IBM 4,057 milliárd dolláros nyereséget könyvelhetett el a globális hálózati üzletág AT&T-nek (American Telephone and Telegraph Company) történő eladásából, és érdekes módon ezt a nyereséget az SG&A (Selling general and administrative= általános és adminisztratív értékesítési) költségek csökkentéseként szerepeltette. Ezzel az IBM varázslatos módon elrejtette romló működését sok befektető elől (Schilit és Perler, 2010).

Itt még megemlíthető az az eset amikor egyes vállalatok eladnak egy gyártóüzemet vagy üzletágot egy másik vállalatnak, és ezzel egyidejűleg megállapodást kötnek az eladott üzletág

termékeinek visszavásárlására. Ezek az ügyletek gyakoriak a technológiai iparban, és a vállalatok gyakran használják őket arra, hogy gyorsan „kiszervezzenek” egy házon belüli folyamatot. Például 2005 decemberében a *Softbank* eladta modemkölcsonzó üzletágát, és ezzel egyidejűleg megállapodást kötött arról, hogy bizonyos szolgáltatásokat nyújt a vevőnek. A *Softbank* összesen 85 milliárd jent kapott, amelyet felosztott az eladás és a szolgáltatási megállapodás között, 45 milliárd jent az üzletág eladására, a fennmaradó 40 milliárd jent pedig a szolgáltatási megállapodás szerinti jövőbeli bevételekre fordítva. Azáltal, hogy az eszközértékesítést összekapcsolta a későbbi termékértékesítésekkel, a *Softbank* kisebb egyszeri nyereséget és nagyobb termékbevételt jelenthetett. Ennek eredményeképpen a befektetők azt hitték, hogy a *Softbank* eladásai gyorsabban növekednek, mint a mögöttes gazdasági valóság (Schilit és Perler, 2010).

6.1.1.3 Kölcsönök eladásként kezelése

A kölcsönök és az eladások nyilvánvalóan nagyon különböző dolgok. Az egyik kötelezettség, a másik pedig bevétel. Mivel azonban mindkettő követel oldalon szerepel a könyvelésben, a kreatív könyvelőnek lehetősége van arra, hogy a kölcsönöket bizonyos esetekben bevételként kezelje. Például egy brit gyártó vállalatot azzal vádolták, hogy a kormánytól kapott kölcsönöket értékesítésként kezelte. Ezenkívül azt állították, hogy a vállalat pénzt adott kölcsön az ügyfeleknek, hogy azok megvásárolhassák a termékeit. Az *Enron*, az összeomlott amerikai energiavállalat esetében ezt a technikát új szintre emelték, és csalásnak minősítették. A kereskedelmi bankoktól kapott kölcsönöket az energiaszerződések előlegeként kezelték (Jones, 2011).

6.1.1.4 Csereügyletek (swap), körügyletek

A swap lényegében azt jelenti, hogy két vállalat terméket cserél, majd azt értékesítésnek minősíti. Az üzleti életben azonban néhány kreatív menedzser megpróbálja azt állítani, hogy a csere valójában eladás (Jones, 2011). Például, az *Enron* és a *Qwest* 2001-ben 500 millió dolláros broadband swapot hajtott végre. Az *Enron* ezeket a swapokat értékesítésként kezelte (Fusaro és Miller, 2002).

Továbbá a gazdasági egységek körügyleteket is szoktak kötni egymással teljesítményük javítása érdekében. Ilyen például, amikor két gazdálkodó egység azonos kategóriájú készletet azonos áron ad el egymásnak. Pénzforgalmi szempontból a hatás nulla, mert amit kifizetnek, azt visszakapják, általános forgalmi adó (ÁFA) szempontból a hatás szintén nulla, mert a beszerzési ár megegyezik az eladási árral. Az egyetlen különbség az, hogy a készletek beszerzési költsége végül megnő és ezzel egyidejűleg az eredmény is növekszik. Ebben a

helyzetben van egy ára is ennek a műveletnek, amit a két gazdálkodó egységnek fizetnie kell, mégpedig a profitadó (Groşanu, 2013).

6.1.1.5 Kamatkövetelés növelése

A kamatkövetelés a vállalat egyik bevételi forrása a befektetésekből, például részvényekből vagy banki és lakástakarékpénztári számlákból. Ez általában változatlan, néha azonban lehet vele manőverezni. A *Polly Peck* esetében például, amely egy 1989-ben összeomlott, magas jövedelmezőségű brit vállalat volt, példát szolgáltat a devizanemek helytelen megfeleltetésére, ami nagyon magas jövedelemköveteléseket eredményezett. Polly Peck lényegében svájci frankban vett fel kölcsönt. A svájci frank nagyon erős valuta. Az erős valutáknak jellemzően alacsony a kamatlába. Polly Peck ezt a pénzt aztán egy törökországi bankban fektette be. A török dinár gyenge valuta. Ennek ellentételezése azonban az volt, hogy magas kamatot fizetett. Ennek eredményeként Polly Peck eredménykimutatása jól nézett ki. A török bankban lévő befektetéséből 68,1 millió fontot kapott, és csak 55,6 millió fontot fizetett ki a svájci banknak. A nyereség tehát 12,5 millió fonttal nőtt. Azonban nem volt minden az, aminek látszott, mert a török dinár leértékelődött a svájci frankkal szemben. Ennek eredményeként a mérlegben 44,7 millió font tőkeveszteséget rejtettek el. Ezt a veszteséget a befektetési elemzők nem vették észre. Az eset csúcspontja, hogy a pénz Törökországban volt lekötve, és nem lehetett átutalni az Egyesült Királyságba (Jones, 2011).

6.1.2 Költségek csökkentése

Az eredmény növelésének másik fő stratégiája a költségek csökkentése. Erre még több mód van, mint a bevétel növelésére (Jones, 2011).

6.1.2.1 Céltartalék (provision) képzés

A számvitelben számos becslést kell készíteni, a céltartalékokat is becsült költségekre képezik, ezért fennáll a kreativitás veszélye (Jones, 2011). Ez lényegében az elhatárolt költségekre való túlzott tartalékolást foglalja magába, amikor a bevételek magasak, vagyis egy termékenyebb évben, ezáltal pedig a nyereséget olyan szintre csökkenti, amelyet a jövőben is biztonságosan fenn tudnak tartani. Hasonlóképpen, a tartalékolás felélése segíthet nagyobb nyereséget felmutatni a nehezebb időkben (Nastasia, 2020). Gyakran túl magas céltartalékokat képeznek, amelyeket kizárnak a működési nyereségből, később pedig kiderül, hogy túlbecsültek a felmerülő költséget és visszavezetik a nyereségbe (Jones, 2011). Eredményképpen a bevételek simítása valósul meg. A nemzetközi szakirodalomban ezt a technikát „Cookie Jar Reserves” vagy magyarul „süteményes doboztartalékok” néven szokták emlegetni (Hamad, Soós és Tömöri, 2023).

Az ausztrál *HIH Insurance* szolgáltató példát erre a technikára, amely egy biztosítótársaság volt és 2001-ben a valaha volt legnagyobb ausztrál vállalat összeomlása lett. A *HIH* agresszív megközelítést alkalmazott a jövőbeli biztosítási kárigényekre való tartalékolással kapcsolatban. Más szóval, ahelyett, hogy prudenciális megközelítést alkalmazott volna, és az átlagosnál nagyobb összeget tett volna félre a várható kárigények kielégítésére, a *HIH* egy központi becslést alkalmazott, így egyenlő esélye volt annak, hogy igaza lesz vagy téved. Nemcsak ez az alapvető megközelítés óvatlan, hanem ezt súlyosbította az a tény, hogy a *HIH* látszólag egy célzott profitra jutott, majd a céltartalékokat a profit teljesítéséhez igazította. Ezért a profit irányította a céltartalékokat, ahelyett, hogy a logikusabb forgatókönyv szerint a céltartalékok irányítják a profitot. A kreatív céltartalékképzés indiai esete sokkal klasszikusabb példa. Ez a *Bombay Dyeing and Manufacturing Company*-t érintette. Ez a vállalat 2003-2004-ben céltartalékot képzett egy várható veszteségre, amely akkor keletkezik, amikor a raktáron lévő nyersanyagot terméké alakítják át. Abban az időben a készlet nettó realizálható értéke alacsonyabb volt, mint a bekerülési érték. Ezért egy spekulatív, inkább kreatív, fiktív veszteséget képeztek. Ezt a céltartalékot azonban 2004-2005-ben feloldották, és a feloldás a nyereség közel 25%-át tette ki. A vállalat tehát teljesen legálisan, de kreatív módon áthelyezte a nyereséget egyik évről a másikra (Jones, 2011).

A *WorldCom* vállalat a felvásárlásai elszámolásával növelte mesterségesen a nyereségét azáltal, hogy túlbecsülte a tartalékokat, amit a felvásárlás várható költségeinek fedezésére képeztek, amelyeket aztán szükség szerint vissza tudott fordítani, így növelve a nyereséget. A felvásárlási tartalékokon kívül a *WorldCom* tartalékot képzett olyan tételekre is, mint a behajthatatlan követelések és a peres ügyek becsült jövőbeni költségei. A terv az volt, hogy ezeket a tartalékokat a behajthatatlan követelések leírásakor, illetve a peres ügyekkel kapcsolatos kifizetésekkor terheljék (Jones, 2011).

6.1.2.2 Adócsökkentés

A társasági adó a vállalatok egyik legnagyobb költsége, ennek eredményeként a vállalatok próbálják redukálni az adóalapot. Gyakran alkalmaznak társasági adószakértői csoportokat, hogy csökkentsék adóterheiket. Fontos kiemelni, hogy az ilyen adóelkerülés (tax avoidance), amely a kreatív könyvelésnek felel meg, teljesen legális. Ezzel szemben az adókikerülés (tax evasion), amely csalásnak azonosítható, az illegális (Jones, 2011).

6.1.2.3 „Nagy fürdés” („big bath”) vagy túlzott egyéves leírások

A „nagy fürdés” egy menedzseri stratégia, amely arra szolgál, hogy az adott évben leírja azokat a költségeket, amelyek a következő években merülnének fel. Két gyakori terület,

ahol a „big bath” módszert alkalmazzák: az akvizíciók könyvelése, valamint amikor egy új vezetés veszi át a vállalat irányítását. Az **akvizíciós számvitel** a céltartalék-számvittel kapcsolódik. Az alapgondolat az, hogy a lehető legtöbb költséget írjuk le most, hogy a jövőbeni teljesítmény jobban nézzen ki (Jones, 2011). Például, 1992-ben a *Sears* 2,65 milliárd dollárral átstrukturálta mérlegét, hogy megszüntesse belföldi katalógusüzleteit és egyéb nem profitáló tevékenységeit. A vállalat 1992-ben 4,3 milliárd dollár adózás előtti veszteséget jelentett. Azzal, hogy a *Sears* a US GAAP által megengedett módon leírta ezeket az átszervezési költségeket, növelte a már meglévő veszteségét. Ennek eredményeképpen azonban a következő években magasabb lett a nyeresége, mivel ezekben az években kevesebb kiadással kellett számolnia (Mulford & Comiskey, 2002).

Egy **új vezetői csapat érkezése** esetén az indítékok hasonlóak. Ha az új vezetői csapat azért jött, hogy egy csődbe jutott vállalatot talpra állítson, akkor a számviteli szabályok és előírások rugalmasságát kihasználva a lehető legtöbb költséget leírják még az adott évben. Ez hármassal jár az új vezetőség számára. Először is, rosszabb színben tünteti fel az előző vezetők teljesítményét. Másodszor, az új vezetőség alacsony bázisról indul, így nem lesz nehéz felfele fejlődni. Harmadszor, a jövőbeli költségek leírásának előrehozásával a vállalat jövőbeli teljesítménye jobb fényben fog tündökölni (Jones, 2011).

6.1.2.4 Zárókészletet növelése

A zárókészlet megjelenik a mérlegben és az eredménykimutatásban is, ahol csökkenti az értékesítési költséget. A leltárral kapcsolatban az a vonzó, hogy általában évente leltárfelvételre kerül sor, amelynek során a készletet megszámlálják és értékelik, amit könnyen manipulálhatnak. A leltárkészletet kétféleképpen lehet alakítani: a készlet mennyiségének manipulálásával és a készlet átértékelésével. A mennyiséget úgy lehet manipulálni, hogy különösen szigorú leltárfelvételt végeznek azokban az években, amikor a nyereséget növelni kell, majd laza leltárfelvételt végeznek, ha a készlet túl magas (Jones, 2011).

Az értékeléssel kapcsolatban több lehetőség is van: lehet az elavult és lassan forgó készletekre céltartalékokat képezni, illetve a készletértékelés tényleges módszere is megváltoztatható. Azonban a készletértékelés mindhárom módszerével különböző készletszinthez és eredmény szinthez jutunk (Jones, 2011). Sőt mi több a LIFO használatával csökkenthető az adókötelezettség, pont emiatt nem is megengedett az IFRS szerint (Shopify Staff, 2023).

Például az Egyesült Államokban a *Bre-X Minerals* azt állította, hogy nagy aranykészletekkel rendelkezik; ezek azonban illúzióknak bizonyultak. Eközben Japánban a *Fuji Sash* túlbecsülte az elavult készleteket, és így alulbecsülte az értékesítési költséget és

túlbecsülte a nyereséget. Végül egy ausztrál eset a *Harris Scarfe* diszkont áruházra vonatkozik. Ennél a vállalatnál a készleteket nyilvánvalóan rendkívül magas szinten tartották nyilván. Ennek eredményeképpen az éves nettó jövedelme ennek megfelelően növelt volt (Jones, 2011).

6.1.2.5 A költségek aktiválása (capitalise)

A költségek aktiválása azt az alapelvet alkalmazza, hogy a tartozik egyenlegben a könyvelésben vagy költség, vagy eszköz lehet (Jones, 2011). A költség aktiválása nem más jelent, mint hogy a vezetőség helytelenül rögzíti a költségeket, azáltal, hogy a mérlegben eszközként szerepelteti, ahelyett, hogy azonnal költségként elszámolná azokat. Érdeemes úgy gondolni az eszközökre, hogy azok két kategóriába sorolhatók: van amelyik várhatóan jövőbeli hasznot hoz (pl. készletek, berendezések...), és amelyik végső soron várhatóan más eszközre, például pénzeszközre cserélnek (pl. követelések, befektetések...). Azok az eszközök, amelyek várhatóan jövőbeni hasznot hoznak, valójában a ráfordítások közeli rokonai, mivel mindkettő a vállalkozás növekedése érdekében felmerülő költségeket képviseli. A legfontosabb különbség ezen eszközök és kiadások között az időzítés (Schilit és Perler, 2010). A költségek aktiválásával a kreatív könyvelő nemcsak az eredményt növeli, hanem az eszközöket is. A tárgyi eszközökre általában értékcsökkenést számolnak el, tehát a költségek több évre oszlanak el. Az aktivált költségekre számos példa van, például amikor a vállalatok kölcsönt vesznek fel a befektetett eszközök építéséhez, akkor gyakran azzal érvelnek, hogy a kamatköltség valójában a befektetett eszközök részét képezi, és ezért azt aktiválni lehet, hasonlóan járnak el a szoftverfejlesztési költségek, valamint a kutatás-fejlesztés költségeivel is. (Jones, 2011).

Az alapítás-átstruktúrázás- és a kísérleti fejlesztés aktivált értékével kapcsolatban is dönthet úgy a vállalkozás, hogy aktiválja a költségeket, tehát eszközként jeleníti meg a befektetett eszközökön belül, ebben az esetben lekötött tartalékot kell képezni az eredménytartalék terhére. Ezzel az elszámolással növelhető a tárgyévi eredmény, ám mégsem fizethetik azt ki osztalékként a lekötési kötelezettség miatt. Ez azért előnyös a vállalatnak mivel, így nem egyszerre jelenik meg egy tetemesebb negatív összeg, hanem értékcsökkenési leírásként szétterül majd az évek között (Hamad, Soós és Tömöri, 2023).

A vállalatok költségeit helytelenül aktiváló vállalatok legsúlyosabb esete a *WorldCom*, amerikai távközlési vállalat. A vállalat 2001-ben hatalmas mennyiségű költséget aktivált. Elemzők gyanúja szerint ezek közé a távközlési rendszereket karbantartó dolgozók bérei és fizetései tartoztak (Jones, 2011). A *WorldCom*-ügyben közel 4 milliárd dollár került a mérlegbe ingatlanok, gépek és berendezések címén (Jones, 2011).

Egy másik példa a költségek aktiválására az internet úttörője, az AOL vállalat esete. 1994-ig az AOL az új ügyfelekkel kapcsolatos toborzási költségeit költségként kezelte. Azonban 1994-ben elkezdte ezeket a költségeket eszközként nyilvántartani a mérlegében. Az AOL kezdetben 26 millió dollárt aktivált (ami az értékesítés 22 %-át és az összes eszköz 17 %-át jelentette), így a következő 12 hónap alatt amortizálta a költségeket (Schilit és Perler, 2010).

6.1.2.6 Értékcsökkenés változtatása

Az értékcsökkenés az eszközök bekerülési értékének egy bizonyos időszakra történő felosztását jelenti, ami az eredménykimutatásban kerül elszámolásra. Az eszközök átértékelésével, az eszközök élettartamának vagy az értékcsökkenés módszerének megváltoztatásával a tényleges értékcsökkenési leírás költségei változhatnak. Ha meghosszabbítjuk az eszköz élettartamát, vagy csökkentjük a tárgyi eszközök értékét akkor csökken az értékcsökkenés mértéke, illetve, ha lerövidítjük az eszköz élettartamát, vagy növeljük a tárgyi eszközök értékét akkor növekszik az értékcsökkenés mértéke (Jones, 2011).

Egyes országokban az értékcsökkenthető érték a bemeneti érték (bekerülési érték) és a használati időszak végén becsült maradványérték közötti különbség. Itt jön a képbe a számviteli kreativitás, amely a maradványérték becsléséhez, majd a következő évek végén e becslés felülvizsgálatához kapcsolódik. Romániában a számviteli előírások szerint a maradványérték nulla, ezért azt nem veszik figyelembe az értékcsökkenési leírás kiszámításakor (Groșanu, Răchișan és Berinde, 2011).

Az értékcsökkenési módszer lehet lineáris, degresszív és felgyorsított, ezekkel más-más eredményhez juthatunk (Hamad, Soós és Tömöri, 2023).

Példaként megemlíthető, hogy 1995. július 1-től az AOL megduplázta a robbanásszerűen megnövekedett marketingköltségek amortizációs idejét 12 hónapról 24 hónapra. Az amortizációs időszak meghosszabbítása azt jelentette, hogy a költségek sokkal tovább maradtak a mérlegben, és minden egyes időszakban csak feleakkora hatással csökkentették a kiadásokat. Ez a változás önmagában 48,1 millió dollárral növelte a nyereséget (18,3 millió dolláros veszteségről 29,8 millió dolláros nyereségre). Ez a kreatív számviteli megközelítés segített elrejteni az AOL hatalmas veszteségeit a befektetők elől (Schilit és Perler, 2010).

Egy másik példa, ahogy a *Time Warner Telecom* megváltoztatta 2007-ben a befektetett eszközök értékcsökkenési leírási élettartamát. Amint azt a vállalat a befektetőknek egy lábjegyzetben világosan leírta, a vállalat 2007. márciusi döntése szerint bizonyos eszközök értékcsökkenthető élettartamát 15-ről 20 évre hosszabbítja meg, mintegy 4,9 millió dollárral növelte a negyedévi nyereséget, és feltételezhetően az elkövetkező években is hasonló összeggel növelte a negyedéves nyereséget. A 4,9 millió dollár a vállalat 5,4 millió dolláros

működési bevételének majdnem teljes egészét jelentette abban a negyedévben (Schilit és Perler, 2010).

6.1.2.7 Bőkezűség a kétes követelések felbecslésével

A legtöbb vállalkozás hitelre épül. Az értékesítésből vevői követelések keletkeznek. Előfordulhat, hogy e vevőkövetelések egy részét nem fogják kifizetni. A vállalatok ezért céltartalékot képeznek ezekre a rossz és kétséges követelésekre. Ezek a céltartalékok azonban megítélésen alapulnak. Ezért amikor a cél az eredmény növelése, feltételezhető, hogy a menedzsment által előre jelzett nemfizetés nagyon alacsony lesz (Jones, 2011).

Egy rendkívüli példa a *H.G. Palmer Ltd.*, amely túlságosan nagylelkűen kezelte a problémás követeléseket. Ez az ausztrál vállalat évről évre nem írta le szisztematikusan a vevőköveteléseit, míg 1965-ben a 22 millió fontos kintlévőségei meghaladták a 15 millió fontos eladásait. Ennek eredményeként 1965-ben kénytelen volt végleg leírni a vevőköveteléseket, ami 4 millió font veszteséget okozott (Jones, 2011).

6.2 Mérlegben

6.2.1 Eszközök növelése

A mérleg megerősítésének első módszere az eszközök növelése.

6.2.1.1 Cégérték (Goodwill) erősítése

A cégérték immateriális eszköz, ami akkor növekszik, amikor egy vállalat átvesz egy másikat. Ez a fizetett vételárát jelenti, csökkentve a megszerzett nettó eszközök valós értékével. A cégérték elszámolásának pontos szabályai országonként eltérőek. Azokon a területeken, ahol az IASB (The International Accounting Standards Board= A Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok) szabályai érvényesek és az USA-ban a cégértéket aktiválják, majd a mérlegben hagyják, kivéve, ha értékvesztés következik be. Ha a cégérték maximalizálható, az növeli a mérlegben szereplő eszközök értékét. Ennek az előnye, hogy a megszerzésekori valós érték csökken. Ha az eszközöket, mint például a készleteket, az akvizíciókor leírják, akkor ez később, az értékesítéskor növeli a nyereséget. A vállalatokat ez arra ösztönzi, hogy az akvizíciók során maximalizálják a cégértéket, majd később érveljenek annak értékvesztése ellen. Néhány más szabályozási rendszerben, mint például az Egyesült Királyságban a tőzsdén nem jegyzett társaságok esetében az üzleti és cégérték amortizálható. Ennek eredményeképpen az eredmény manipulálható a leírási időszak növelésével vagy csökkentésével, ugyanúgy, mint az értékcsökkenés esetében (Jones, 2011).

A *HIH* jó példa a cégérték növelésére is. A goodwill a leányvállalat vételárának és a leányvállalat azonosítható nettó eszközeinek valós értékével csökkentett maradványa kéne

legyen. A HIH azonban a goodwill-számlát sokkal flexibilisebben kezelte: a goodwill-számla mindenféle nem kívánt veszteségek szemétládájává vált, amelyeknek az eredménykimutatáson keresztül kellett volna átmenniük. Inkább a cégértéket terhelték mintsem az eredménykimutatást (Jones, 2011).

6.2.1.2 Márka értékének túlértékelése

A márkák értékelése rendkívül vitatott kérdés a számvitelben, azonban a hagyományos GAAP szerint jellemzően nem szerepelnek a könyvelésben. Egyes könyvelők ellenben úgy vélik, hogy a márkák értékének a beszámolóban való szerepeltetése jobban tükrözi a vállalat valódi értékét. Más könyvelők szerint a márkák értékelése nagyon szubjektív, és a beszámolóban való szerepeltetése csak a mérlegben szereplő eszközértékek növelésére szolgál. Mivel a márka értékelése nehézségekbe ütközik, a kreativitásnak ismét szabad tere nyílik (Jones, 2011).

Az immateriális javak szubjektivitására a *Parmalat* szolgáltat példát. Olaszországban a futballklubok számára engedélyezték, hogy aktiválják a játékosok átigazolási költségeit. A Parmalat tulajdonában lévő Parma AC labdarúgóklub politikája az volt, hogy az immateriális javakat, mint például a labdarúgókat értékelje. A Parma AC labdarúgójának értéke 2002-ben 279,2 millió euró volt, ami több volt, mint két sokkal híresebb európai futballklubé: Manchester United (79,1 millió euró) és a Juventus (116 millió euró) értéke körülbelül ugyanebben az időben (Langendijk, 2004, idézi Jones, 2011).

6.2.1.3 A tárgyi eszközök átértékelése

Egyes országokban megengedett, hogy a tárgyi eszközöket ne a bekerülési értéken mutassák ki. Az Egyesült Királyságban például a tőzsdén nem jegyzett társaságok számára hagyományosan megengedett volt, hogy ha akarták, időszakonként átértékeljék a földterületeket és ingatlanokat. Ezek az átértékelések általában növelik a vállalati ingatlanportfóliókat és így a mérleg szerinti eszközök értékét is (Jones, 2011).

6.2.1.4 Piaci értéken történő értékelés (Mark to market)

Az eszközök értékelése mindig is kérdéseket vetett fel a számviteli szakemberekben. Az eszközök értékelése különösen bonyolult az összetett és aktív piacok esetében (Jones, 2011). A piaci értéken történő értékelés a GAAP által elfogadott számviteli gyakorlat. Az eljárás annyiból áll, hogy az eszközöket és kötelezettségeket bekerülési érték helyett valós értéken (vagy piaci értéken) tartják nyilván. Ezt a számviteli módszert általában értékpapírok esetében alkalmazzák. Ebben az esetben a vállalat a jövőbeni pénzáramok jelenértékét könyvelheti el (Akkouche, 2022).

Ez volt az *Enron* által alkalmazott egyik kreatív számviteli technika, ami szerint a jövőbeni potenciális bevételeket a tranzakció napján könyvelte el, a bevétel jelenértékén, függetlenül attól, hogy milyen sok vagy milyen kevés készpénz érkezett be a vállalathoz később. Tehát lehetővé tette az *Enron* számára, hogy a bevételeket olyan értéken könyvelje el, amilyenek a vállalat akarta. A bevételek elszámolásának ez a szubjektív módja a nyereséget manipulálhatóvá és túlértékeltté tette. Azonban ez a művelet megszegi a bevételek elszámolásának elvét, miszerint a bevételeket akkor kell elkönyvelni, amikor azok keletkeznek (Akkouche, 2022).

6.2.2 Kötelezettségek csökkentése

A mérlegértékek növelésének második módszere a kötelezettségek csökkentése, aminek két fő technikája a mérlegen kívüli finanszírozás és az adósságok saját tőkébe csoportosítása (Jones, 2011).

6.2.2.1 Mérlegen kívüli finanszírozás

A mérlegen kívüli finanszírozás a kreatív számvitel egyik legösszetettebb és legbonyolultabb formája, amelynek alapvető célja, hogy a kötelezettségeket kivegyék a mérlegből. Ennek háttérében eltérő indítékok állhatnak, mint például a hitelfeltételek betartása vagy a mérleg erősebbé tétele (Jones, 2011). De sok vállalat a tőkeáttételi arányt akarja általa alacsonyan tartani, elrejtve a veszteséget vagy kötelezettségeket egy „különálló” szervezet létrehozásával (Khaneja és Bhargava, 2016).

Ha ezt egy kicsit másképp nézzük, sok vállalat vesz fel hitelt eszközök megvásárlására és általános működésük finanszírozására. Az eszközeiket szeretnék nyilvántartani, de a kötelezettségeiket nem. A kereskedelmi bankok gyakran nagyon bonyolult konstrukciókat dolgoznak ki, amiknek a lényege, hogy a vállalat hozzáfér az eszközök használatához, de a kapcsolódó hitelt, amellyel az eszközt megvásárolták, nem jelenítik meg a mérlegben (Jones, 2011).

A mérlegen kívüli finanszírozás gyakori példái továbbá a közös vállalkozások, az adósságfaktorkereskedelem, az eladási és visszlízing megállapodások vagy ami talán a legelterjedtebb a speciális célú entitások (SPEs=Special Purpose Entities) létrehozása (Khaneja és Bhargava, 2016). Az SPE egy olyan vállalat, amelyet egy meghatározott tevékenység végzésére szerveztek és általában azért hozzák létre, hogy olyan eszközöket tartsanak benne, amelyeket újrafinanszíroznak, mint például egy épületet, amely egy visszlízing (sale and lease back) tranzakció tárgyát képezi (Jones, 2011). Más szóval SPE-ket azért hoznak létre, hogy egyidőben minimalizálják a kockázatot és kiváltsanak olyan

finanszírozási megoldásokat, amelyek révén emelkedne az áttétel foka és csökkenne a profit (Szász, 2010).

Az *Enron* vállalat speciális célú entitásokat használt arra, hogy a növekvő adósságot lefaragja, és fantomjövedelmet termeljen, amik bár az *Enron* ellenőrzése alatt álltak, ezeket nem konszolidálták a beszámolás szempontjából, ami lehetővé tette a vállalat számára, hogy úgy bonyolítson le ügyleteket a szervezetekkel, mintha azok különálló, független vállalatok lennének, pénzt kölcsönözve, de közben jövedelmet, saját tőke növekedést és működési pénzforgalmat jelentett. Az *Enron* esetében az SPE-k tökéletes eszközt jelentettek egy bonyolult és egyre növekvő pénzügyi csalás lebonyolítására (Jones, 2011).

1988-ban az Egyesült Királyságban jegyzett *LEP* vállalat egy másik példája a mérlegen kívüli eszköznek. A *LEP* eladott egy fejlesztési ingatlant, a *St Paul's Vistát* egy kapcsolt vállalkozásnak. A *LEP*-nek 90%-os tényleges részesedése volt ebben a társaságban, de az akkori brit társasági törvények értelmében a társaságot nettó befektetésként kezelték, és nem konszolidálták. A *St Paul's Vista* nettó könyv szerinti értéke 111,3 millió font volt, és a *LEP* 120 millió fontot kapott, így 8,7 millió font nyereséget realizált (Jones, 2011).

A *Parmalat* akvizíciós stratégiáját is felhozhatjuk példaként, ami lehetőséget adott arra, hogy megválogassa, hogyan konszolidálja a kiadásait. Így a *Parmalat* SPE-ket hozott létre a Kajmán-szigeteken, a Holland Antillákon, Máltán, és még egy *Bucenero* (olasz jelentése: „fekete lyuk”) nevű társaságot is létrehozott, amelyet fiktív eszközök tárolására és adósságok elrejtésére használt. A vállalat összesen 12 milliárd euró adósságot rejtett el, és hagyott ki a mérlegéből a mérlegen kívüli finanszírozás módszerével (Rimkus, 2016).

6.2.2.2 Adósság saját tőkébe csoportosítása

A saját tőke lényegében a tulajdonosok tőkéjét jelenti, ami a nettó eszközökkel egyenértékű a mérlegben. Az adósságállomány ezzel szemben idegen tőkét jelent, ami általában a hitelfelvétel eredménye. A kettő közötti kapcsolatot nevezzük tőkeáttételnek. Így egy erősen tőkeáttételes vállalatnak magas az adósság aránya a saját tőkéhez képest. A magas tőkeáttétel általában azt is jelenti, hogy a vállalatnak jelentős éves kamatfizetési kötelezettséggel kell számolnia, tehát eleve kockázatosabbak, mint az alacsony tőkeáttételi aránnyal rendelkező vállalatok. A magas tőkeáttételi aránnyal rendelkező vállalatok attól is tarthatnak, hogy megszegik a hitelfeltételeiket. Így a vállalatok számára ösztönzőleg hat, hogy az adósságot saját tőkévé minősítsék át. Ez az a pont, ahol bonyolult finanszírozási konstrukciók jöhetnek szóba, amelyeket gyakran a kereskedelmi bankok kínálnak, az egyik ilyen az átváltoztatható hitel-részvény kötvények. Az átváltható kötvények olyan hitelek, amelyek egy későbbi időpontban saját tőkévé alakíthatók át. Másik példa az átváltható

részvények eladási opcióval. Az eladási opció arra kötelezi a vállalatot, hogy a kibocsátási árfolyamhoz képest felárért visszavásárolja a kölcsönrészvényt egy év elteltével. Ha azonban a részvényárfolyam ennél magasabbra emelkedik, akkor a befektető valószínűleg átváltja. Emiatt a kölcsön kamatszintjét alacsony kamatlábon lehet meghatározni. Az eredménykimutatás technikai terhe ezért alacsony. A vállalatoknak nagy szükségük lehet arra, hogy a befektetőket az átváltási opció gyakorlására ösztönözzék (Jones, 2011).

Például két japán vállalat, a *Sawako* és a *Yaohan Japan*, számos kétes gyakorlatot folytatott a profitjaik felduzzasztása érdekében azzal a valószínű szándékkal, hogy részvényeseiket arra ösztönözzék, hogy kötvényeiket törzsrészvényekre váltsák át (Jones, 2011).

A *Parmalat* pedig buzgón együttműködött befektetési bankárokkal, hogy pénzügyi mérnöki tevékenységet folytassanak, amely során az adósságot a mérlegből kivezették, vagy a mérlegben saját tőkének álcázták (Rimkus, 2016). Ezt főként elsőbbségi részvények elszámolásával érte el. Az 1990-es évek végén a *Parmalat Corporation Finance Ltd*, a *Parmalat S.p.A.* leányvállalata mintegy 477 millió euró értékben bocsátott ki elsőbbségi részvényeket néhány banknak. A részvények értékét a *Parmalat* finanszírozási kimutatásaiban saját tőkeként tüntette fel. Ezek a részvények a tulajdonosnak a London Interbank Offered Rate (LIBOR) plusz 2,5% alapján kiszámított kötelező osztalékot biztosítottak. A részvények nem rendelkeztek lejáratú időponttal, tehát „visszaválthatók” voltak. Más szóval, az elsőbbségi részvényesek és a *Parmalat* kapcsolata megszűnhetett, ha a tulajdonos egy adott jövőbeni, nem meghatározott időpontban élt a vételi jogával. A jövőbeni, nem meghatározott tranzakciók jogosan öltöttek saját tőke formát, de tartalmilag kötelezettségek voltak, mivel vissza lehetett őket váltani, így adósságként kellett volna azokat elszámolni. Egy ilyen tranzakció nettó hatása az volt, hogy jelentősen javította a *Parmalat* csoport bejelentett tőkeáttételi arányát (Jones, 2011).

A *Lehman Brothers* az úgynevezett repo105-öt (visszavásárlási megállapodás) használta arra, hogy ideiglenesen kivezesse az eszközöket a mérlegéből. Például 50 milliárd dollárnyi mérgező eszközöket, tehát olyan befektetéseket, amelyek piacuk összeomlása miatt értéktelenné váltak, adott el a Kajmán-szigeteki bankoknak rövid távon, megígérve, hogy azokat vissza fogja vásárolni. Ezzel azt érték el, hogy a cégnek 50 milliárd dollárral több készpénze és 50 milliárd dollárral kevesebb mérgező eszköze lett (Corporate finance institute team, 2022).

6.3 Cash flow kimutatásban

Egy vállalkozás pénzforgalmát sokkal nehezebb megmászítani, mint a nyereségét vagy a nettó értékét, mivel a készpénz kevésbé alapul becsléseken, tehát a cash flow kimutatást a legnehezebb manipulálni. Néha azonban a szokatlan körülmények között a vállalatok képesek a pénzáramlást egy későbbi időszakra egy korábbi időszakra előrehozni. A cash flow-kimutatás kétféleképpen mutatható be: közvetlen és közvetett módszerrel. A közvetlen módszer a tényleges pénzbevételeket és pénzkiadásokat rögzíti. A közvetett módszer nehezebben követhető a beavatatlan személyek számára, de hajlamos arra, hogy ne összpontosítson annyira a pénzeszközök áramlására. A pénzmozgásokat funkció szerint osztja fel, például működési pénzmozgások, befektetési pénzmozgások vagy finanszírozási pénzmozgások szerint. Különösen a működési cash flow-ra összpontosít, amelyekkel az elemzők elsősorban foglalkoznak. A legtöbb vállalat a közvetett módszerrel mutatja be a cash flow-kimutatását, ami oka az lehet, hogy ez nagyobb rugalmasságot biztosít számukra. Ezt a meglévő eredménykimutatásból és az utolsó két év mérlegéből készítik el (Jones, 2011).

6.3.1 A működési cash flow növelése

A működési cash flow növelhető **a működési készpénzbefolyások maximalizálásával**. Szigorúan véve, a működési pénzbevételnek csak a kereskedelemből és a folyamatos jellegű tételekből származó pénzbevételeket kell tartalmaznia. A társaságok azonban megpróbálhatják ebbe bevonni az egyszeri tételeket, illetve a lehető legszélesebbre tárni a működési pénzbevétel fogalmát, és ezzel egyidejűleg szűkíteni a befektetési és finanszírozási pénzbevételek fogalmát. A vállalatok lényegében arra törekszenek, hogy a pozitív cash flow-k közül a lehető legtöbbet a működési cash flow-k közé sorolják. Például az *Enron* esetében a banki hiteleket működési cash flow-ként kezelték. Ezek olyan tételek, amelyeket valójában máshol kellene elszámolni (Jones, 2011).

Továbbá **a működési készpénzkifolyások minimalizálásával** is növelhető a működési cash flow, ahol ugyanazok az elvek érvényesülnek, mint az előzőekben, csak fordítva. Tehát a vállalatok megpróbálnak minden egyszeri működési kiadást a finanszírozási vagy befektetési pénzáramlások, nem pedig a működési pénzáramlások közé sorolni. Megkísérlik leszűkíteni a működési pénzkifizetések definícióját, de kiszélesíteni a finanszírozási és befektetési pénzkifizetések meghatározását. A vállalatok alapvetően arra törekednek, hogy a lehető legkevesebb pénzkiáramlásukat minősítsék működési pénzkiáramlásnak (Jones, 2011).

7. Kreatív számvitelre utaló jelek és feltárására vonatkozó tesztek

A kreatív számviteli gyakorlatok felderítése kihívást jelent, mivel azok bonyolult számviteli műveletek mögött rejtőznek, de vannak jelek, amiből észre lehet venni, ha egy vállalat manőverezik a számvitelben. Az egyik számviteli manipulációra utaló jel az *árbevétel hirtelen növekedése*, ami nem tud drasztikusan megnövekedni egyik évről a másikra, legalábbis nem törvényes módon. Például az *Enron* esetében gyanút kellett volna keltsen a nyilvánosságban, hogy 2000-ben 100 milliárd dollárra nőtt az árbevétele az előző évi 10 milliárd dollárhoz képest. Az ilyen mértékű növekedés általában évtizedekig tart (Schilit és Perler, 2010).

Egy másik határozottan figyelmeztető jel a számviteli trükközésre az, ha *a nyereség nem nő arányosan az árbevétellel*. Ha például az eladások 10 százalékkal nőnek, a befektetők általában azt várják, hogy egy stabil árréssel rendelkező vállalatnál a nyereség is hasonló mértékben emelkedjen. Az *Enron* esete említhető meg itt is, mivel 2000-ben az árbevétele 40,1 milliárd dollárról 100,8 milliárd dollárra nőtt, ami több mint 150 %-os növekedést jelentett, ezzel szemben a nyereség kevesebb mint 10 %-kal nőtt, tehát az eladások a Holdra szöktek, a nyereség pedig alig mozgott (Schilit és Perler, 2010).

A pénzügyi csalások gyakran előfordulnak olyan vállalatok esetében, amelyek túlnyomórészt *felvásárlások révén növekednek*. Például a *Worldcom* rövid élete során több mint 70 felvásárlást bonyolított le, és folyamatosan „újrátöltötte” a tartalékait, hogy azok a jövőben a nyereségbe való visszaforgatásra rendelkezésre álljanak (Schilit és Perler, 2010).

Az is problémára utaló jel, ha *a szabad cash flow hirtelen csökken*. Például 1999-ben a *WorldCom* közel 2,3 milliárd dollár szabad cash flow-al rendelkezett, azonban a következő évben a szabad cash flow-ja 3,8 milliárd dollárral csökkent. Figyelembe véve ezt a drámai fordulatot, a *WorldCom* befektetőinek arra a következtetésre kellett volna jutniuk, hogy az üzlet óriási bajban van (Schilit és Perler, 2010).

További számviteli csalafintaságra figyelmeztető jelek egy vállalat esetében a felső vezetés ellenőrzésének és kiegyensúlyozottságának hiánya; ha a vállalat túlzottan meg akar felelni a Wall Street elvárásainak; ha egyetlen család uralja a menedzsmentet, a tulajdonosi köröket vagy az igazgatótanácsot; ha kapcsolt felekkel hajtanak végre tranzakciókat; ha a kompenzációs struktúra nem megfelelő; ha nem megfelelő tagok vannak az igazgatótanácsban; ha nem megfelelő az üzleti kapcsolat a vállalat és az igazgatósági tagok között; ha minősítés nélküli a könyvvizsgáló cég; ha a könyvvizsgáló nem objektív és független vagy ha a vezetés próbálja az ellenőrzéseket elkerülni (Schilit és Perler, 2010).

Léteznek olyan tesztek és modellek, amelyek a kreatív számvitel használatát hivatottak kimutatni a vállalatoknál. Az egyik ilyen séma az úgynevezett **Beneish M-pontszám modell**je, amit először 1999-ben fejlesztett ki M. Daniel Beneish, az Indiana University Bloomington Kelley School of Business számviteli professzora a „The Detection of Earnings Manipulation” című tanulmányában. Beneish professzor abból az alapelméletből indult ki a modell kidolgozásakor, hogy a vállalatok valószínűleg manipulálják a nyereségüket, ha sérült bruttó haszonkulcsot (gross margin), jelentősen megnövekedett ráfordítások vagy az értékesítés növekedését lehet felfedezni náluk. A modell nyolc mutatóból áll, amelyek azonosítják a pénzügyi kimutatások olyan anomáliáit, amelyek a nyereség manipulációjának vagy más csalásfajtáknak az eredményei lehetnek (Safta, Sabău & Muntean, 2021). A -2,22-nél magasabb M-pontszám a pénzügyi kimutatások manipulálásának valószínűségére utal (Sabău et al, 2020).

A Beneish M-pontszám modell a következőképpen néz ki:

$$M = -4,84 + 0,92 * DSRI + 0,528 * GMI + 0,404 * AQI + 0,892 * SGI + 0,115 * DEPI \\ - 0,172 * SGAI + 4,679 * TATA - 0,327 * LVGI$$

Ahol: *DSRI* = Napi eladások a követelések indexben; *GMI* = Bruttó haszonkulcs index; *AQI* = Eszköz minőség index; *SGI* = Árbevétel növekedési index, *DEPI* = Értékcsökkenési index; *SGAI* = Értékesítési, általános és adminisztratív költségek indexe; *TATA* = Eszközarányos teljes befolyásolás; *LVGI* = Tőkeáttételi index.

Mudel modellje egy másik sablon, ami a számviteli kreativitás vizsgálatát a vállalati transzparencia elemzésével is kiegészítette. Mudel vizsgálata során a Transparency and Disclosure Index (TDI-) módszert alkalmazta, amely a vállalatirányítás és a manipulációk közötti kapcsolatra helyezi a hangsúlyt, két tényező, a vállalati transzparencia (Transparency) és a vállalati közzétételek (Disclosure) kvantitatív mérésével. Ez a modell három lépésből tevődik össze. Az első lépés a TDI meghatározása, amelynek célja, hogy a vállalatirányítás kvantitatív módon mérhető legyen, ami a vállalat transzparenciáján és a közzétételein keresztül valósul meg. A módszer második lépéseként a kreatív könyvelés a vállalat teljesítményén keresztüli mérése. A szükséges adatok összegyűjtését követően harmadik lépés az SPSS statisztikai szoftver segítségével az egyes adatok természetének, valamint az egyes tényezők közötti kapcsolat vizsgálata, a modell lefuttatásával kapott leíró statisztikán és korrelációs mátrixon keresztül (Denich és Hajdu, 2021).

Egy harmadik modell, ami számviteli információk minőségét, a számvitel kreativitását vizsgálja az a **Q vizsgálati modell**, amit Putman, Griffin és Kilgore (2005) fejlesztett ki. Szerintük a Q-teszt egy könnyen használható modell a nyereség minőségének és

menntiségének vizsgálatára. A Q-teszt változói a működési tevékenységből származó pénzeszközbevétel, a beszámolási időszak és az előző időszak árbevétele, a beszámolási időszak és az előző időszak követelése, a kamatok és adók előtti eredmény, a folytatódó tevékenységekből származó eredmény, a nettó eredmény és a kötelezettségek összege.

Az egy vagy annál nagyobb érték a bevételek magasabb minőségét jelzi, de az egynél kisebb érték bevételekezelésre utal.

A modell a következőképpen néz ki:

$$QTest = 10 * \frac{CFO}{S} + \frac{IS}{IAR} + \frac{CFO}{EBIT} + \frac{COI}{NI} + 10 * \frac{CFO}{TL}$$

Ahol CFO-működési tevékenységből származó pénzáramlás vagyis cash flow kimutatás; S-értékesítés eredménykimutatás; IS-értékesítés növekedése az előző évi eredménykimutatáshoz képest; IAR-követelések növekedése a mérlegben; EBIT-kamatok és adók előtti eredménykimutatás; COI-a folytatódó tevékenységek eredménykimutatása; NI-nettó eredménykimutatás; TL-összes kötelezettség a mérlegben (Putman, Griffin és Kilgore, 2005).

Természetesen az ilyenfajta teszteket lehetne még sorolni, mivel ezek is állandó fejlődésben és átalakulásban vannak akárcsak maga a kreatív számvitel megnyilvánulássá.

A kreatív számvitel jeleinek felismerése és az ezek feltárására vonatkozó tesztek kulcsfontosságúak a pénzügyi visszaélések és a vállalati csalások megelőzésében. A bemutatott modellek és tesztek segítségével a könyvvizsgálók és pénzügyi elemzők, vagy akár a befektetők és más érdekelt felek hatékonyan képesek lehetnek azonosítani a gyanús ügyleteket és pénzügyi jelentéseket. De emellett a folyamatos szakmai képzés és a korszerű technológiák alkalmazása is elengedhetetlen a pénzügyi szakemberek számára ahhoz, hogy lépést tartsanak a kreatív számvitel újabb és újabb módszereivel.

8. Kreatív könyvelés és csalás

Amikor egy vállalkozásnak nehézségei vannak a vezetők olyan helyzetbe kerülhetnek, hogy ki akarják használni azt a rugalmasságot, amely a számvitelben a nyereség vagy eszközérték növelésére megengedett (Bălăşoiu, 2012). Ez a kreatív számvitel alkalmazásával és a számviteli szabályok rugalmasságának kihasználásával teljesen legálisan megvalósítható. Vannak azonban olyan helyzetek, amikor különböző okokból a kreatív technikákat még tovább viszik, ami csaláshoz és ezáltal törvénytöréshez vezet (Jones, 2011).

Nagyon fontos megérteni, hogy bár a kreatív számvitel *tiszteletben tartja a törvényt, de a törvény szellemét nem*, mindazonáltal nem szabad összekeverni a számviteli csalással. Ez utóbbit törvényt sértő, rosszhiszemű cselekedetek jellemzik, tehát negatív jellegű és rendszerint akkor fordul elő, amikor a kreatív számviteli gyakorlatokat hosszú időn keresztül és nagy összegekkel kapcsolatosan agresszívan alkalmazzák (Moisescu, 2016). Tehát, bár a számokkal való játék alapszinten kezdődik, de fokozatosan, amikor annak mértéke növekszik, átlépi a zsenialitás határát, ez az a pont, ahol a kreativitás átlépi a hajszálvékony határt, amin túl a csalás kategóriájába esik (Khaneja és Bhargava, 2016). Következésképpen, azt mondhatjuk, hogy a kreatív számviteli gyakorlatok önmagukban nem „károsak”, hanem negatív „akcentust” kapnak azon célok és szándékok révén, amelyekre alkalmazzák őket (Moisescu, 2016).

A kreatív számvitel a számviteli szabályok pontatlan és hiányos jellegét használja ki, tehát annak megsértése nélkül módosítja a gazdasági valóságot. Ez lehetővé teszi, hogy ha egy feladatot többféle módon meg lehet oldani, akkor a könyvelő azt úgy oldja meg, hogy a vezetés által kívánt eredményt adja, ami nem törvénytelen. Ezzel szemben a csalás a számviteli nyilvántartások és bizonylatok hamisítását vagy megváltoztatását jelenti, amelyek alapján pénzügyi kimutatásokat készítenek, illetve magába foglalhatja az események, tranzakciók vagy más jelentős információk téves értelmezését vagy szándékos kihagyását a pénzügyi kimutatásból, ami viszont törvénytelen. Továbbá, a csalás magába foglalja az információ értékeléséhez, megértéséhez, bemutatásához vagy leírásához kapcsolódó számviteli politika szándékos helytelen alkalmazását, minek következtében a csalárd pénzügyi jelentésekből vagy a vagyoni eszközök sikkasztásából félrevezetések eredhetnek (Popescu és Nişulescu, 2014).

Annak ellenére, hogy a kreatív könyvelés és a csalás többnyire akkor fordul elő, amikor a vállalat pénzügyi nehézségekkel küzd, nem tekinthetők szinonimáknak, a kreatív könyvelés magában foglalja a számviteli információk manipulálását, egy olyan folyamatot, amely nem tekinthető illegálisnak, ellentétben a csalással (Popescu és Nişulescu, 2014). Illetve, ha a

számvitelt kreatívan és innovatívan kezeljük, az semmiképpen nem csalás mivel, abban semmi kreatív nincs és csak illegális mechanizmusok összesége egy „másik” valóság megteremtéséhez (Svetlana és Lica, 2015).

Még ha pénzügyi csalásról vagy kreatív könyvelésről beszélünk is, nem mondhatjuk, hogy lesz olyan idő, amikor minden a szabályoknak megfelelően fog működni. A törvények fejlődnek, de ugyanakkor mindig is fognak megjelenni kiskapuk, amelyeket észrevesznek az illegális tevékenységekre hajlamos személyek. Fontos, hogy azok, akik elemzik a pénzügyi kimutatásokat minden rendelkezésre álló adatot és információt felhasználjanak, a szakmai ítélőképességük mellett és mindent megtegyenek a törvényt megszegők beazonosítása érdekében (Sabău, Mare és Safta, 2015)

A kreatív számviteli technikákkal szemben a csalás technikáit két fő csoportba sorolhatjuk. Az első az eszközök eltulajdonítása, ami tulajdonképpen a cégtől való lopásként értelmezhető, ezt az alkalmazottak vagy a vezetők is elkövethetik. A második pedig a fiktív ügyletek, ami nem létező tevékenységek bejegyzését, vagy éppen valós tevékenység be nem jegyzését foglalja magába (Jones, 2011).

Bármiféle számviteli szabálytalanságokba keveredés olyan, mint egy egyirányú zsákutca, amiből a kiút megtalálása szinte lehetetlen. Bár, ha a félelem kétségbeesésbe fordul, a szabálytalanságokba bonyolódók valamilyen rendkívüli eseményt várnak, amely olyan porfelhőt kavar, amely mögött a hibás könyvelési tételek észrevétlenül eltüntethetőek, de ha az nem következik be és más opció sincs a kimenekülésre, a csalárdság tovább terjed (Szász, 2010).

9. Pénzügyi csalások Magyarországon és Romániában

A felsővezetők szándékos helytelen beszámolóí miatt nagyvállalati botrányok történtek és fognak is még történni, ezek minden esetben széles körű visszhangot keltenek a nyilvánosság körében. A kiindulópont a világszerte megfigyelt Enron- és más vállalati botrányok hátterében az erősen használt kreatív számvitel állt, amely megakadályozta a könyvelés megbízhatóságát, összehasonlíthatóságát és átláthatóságát (Huseynov, 2010).

A vállalati-, számviteli botrányok általános felháborodást keltenek, megingatva a közbizalmat és egyben a szakma jó hírnevét is, ami, mint minden más szakma, a számvitel legfőbb értéke is (Szász, 2008).

A kreatív számvitel alkalmazása főképpen a csőd szélén álló vállalatokra jellemző, mivel a segítségével próbálják leplezni a vállalat pénzügyi problémáit az érdekelt felek elől. Azonban a kreatív számvitel alkalmazása csak annyit ér egy hanyatló vállalatnak, mint egy komoly betegségben szenvedő betegnek a röntgenfelvétel kijavítása, amiről látható a gond, azonban attól nem lesz jobban a beteg és nem fog meggyógyulni (Schilit és Perler, 2010). Tehát az ilyen fajta kreatív cselekedetek a gond tényleges okát nem oldják meg, és csak tetézik a problémákat, ami előbb vagy utóbb úgyis felszínre tör. Nem különb a helyzet a kreatív számvittel kapcsolatban Magyarországon és Romániában sem. Nem is egy példa felhozható olyan esetre, hogy a vállalatvezető saját- vagy a vállalat érdekét nem is csak kreatív számvittel, de csalással elégítette ki. Ebben a fejezetben egy pár olyan magyarországi és romániai vállalat példáját hozom fel, amelyekben pénzügyi csalást követtek el.

A magyarországi pénzügyi botrányok között megemlíthetjük a *Postabank-botrányt*, ami az 1990-es évek második felében látta meg a napvilágot. A botrányt követő büntetőeljárásban több visszaélésre is fény derült. A bank a hiányzó tőkéjét alárendelt kölcsöntőkével rendezte, amelynek eredményeképpen a bank saját magának nyújtott hitelt. A bank vezetői többek között a pénzügyi tevékenységről, valamint a hitelintézetekről szóló törvényt szegték meg, azaz nem a megfelelő gondossággal és a szükséges szakértelemmel jártak el munkavégzésük során (Bogár, 2005). Azzal is vádolták őket, hogy nem képezték céltartalékot, és a tőke-megfelelési mutató több éven keresztül nem felelt meg a jogszabályokban előírtaknak. Mindezekkel a cég vezetése megtévesztette a társaság tagjait, valamint a bankfelügyeletet. A több mint 10 évig húzódó büntetőeljárás végeredménye az lett, hogy a vezetőket pénzbüntetésre ítélték, de a könyvvizsgálókkal szemben indított kártérítési keresetet a bíróság elutasította (Auer, 2017).

A *Buda-Cash*- és a *Quaestor* brókerház 2015-ben való csődbe jutását is az adatok, illetve az informatikai rendszerek meghamisítása okozta, ami csalásnak minősíthető. A jegybank szerint a Quaestor engedély nélkül 150 milliárd forintos kötvényt bocsátott ki az engedéllyel szerzett 60 milliárdon felül. Tehát fiktív kötvényeket bocsátott ki, ami következtében több ezer befektető veszítette el megtakarításait (hvg.hu, 2015).

A *Buda-Cash* brókerház által kezelt vagyon 102 milliárd forint volt, az ügyfeleinek száma pedig 15.600 fő volt. A brókerház hosszú idő óta meghamisította a felügyeletnek és az ügyfeleknek küldött adatokat, azáltal, hogy több fiktív ügyfélszámlát nyitottak, illetve 90-100 milliárd forinttal nem tudtak elszámolni. A csalás fő alkotóeleme az volt, hogy fiktív számlákon az ügyfelek értékpapírjaival értékpapírügyleteket folytattak, anélkül, hogy erre megbízást kaptak volna az ügyfelektől. A csalás másik eleme pont az előző ellentétje volt, tehát nem végezték el a kapott megbízást. Ezt úgy kivitelezte, hogy a brókerház felvette az ügyfél megbízását, hogy vesz valamilyen értékpapírt, adott egy kimutatást, hogy megvette, de valójában a vételt nem végezte el (hvg.hu, 2015).

Hasonló volt az eset a *Hungária Értékpapírnál* is, ahol hamar rájöttek, hogy szintén úgy nyúlnak a cég vezetői és munkatársai az ügyfelek pénzükhöz, hogy arra nem kaptak semmiféle megbízást. A csalásból eredő feltárt kár körülbelül egymilliárd forint. Továbbá a társaságnak volt egy kötvénykibocsátása is, amiből további 5-6 milliárd forintos veszteség keletkezett (hvg.hu, 2015).

Megemlítené az *Aegon Magyarország Önkéntes Nyugdíjpénztár* esete is, ami végkimenetele 9,8 millió forint felügyeleti bírság lett, amit a Magyar Nemzeti Bank (MNB) szabott ki rá. A nyugdíjpénztárt egyebek közt számos informatikai biztonsági, számviteli és adatszolgáltatási hiányossággal vádolták. Ezen problémák megoldására is intették a céget. Továbbá a jegybanktól is felszólítást kapott, miszerint a cég könyvvizsgálója dokumentált módon össze kell vesse a letétkezelői és a pénztári analitikus nyilvántartásokat, illetve hogyha az intézmény továbbra is folytat majd saját vagyonkezelést, akkor készítenie kell vagyonkezelési és -értékelési szabályzatot. A pénztárnak a jövőben biztosítania kell azt is, hogy a fedezeti céltartalék összege összhangban legyen a főkönyvi kivonattal, a letétkezelői eszközértékeléssel, illetve tagi analitikával. Továbbá módosítania kell a számlarendet, a főkönyvi kivonatot a jogszabály által előírt tartalommal kell összeállítania és egy könyvelési hiba miatt meg kell vizsgálnia annak a 2017. évi éves beszámolóra gyakorolt hatását is (adozona.hu, 2020).

Romániában is voltak olyan vállalatvezetők, amelyek pénzügyi csaláshoz folyamodtak. Például Sorin Ovidiu Vintu-t, Liviu Luca-t, Octavian Turcan-t és a Petromservice volt

igazgatóit: Gheorghe Supeala-t és Zizi Anagnostopol-t pénzmosással és sikkasztással vádolták. Az *SC Petromservice SA*-nak okozott kár 83.518.369,96 euró, az ügyben készült könyvelői szakértői jelentés szerint (jurnalul.ro, 2012).

Románia történelmének talán egyik legnagyobb Ponzi-rendszerének összeomlása a „Fondul Național de Investiții” (FNI= Nemzeti Befektetési Alap) ügye is megemlítendő, amely nemcsak a mintegy 300.000 érintettre volt pusztító hatással, hanem mély sebeket hagyott a lakosság megtakarítási termékekről alkotott képén is, és aláásta a befektetési alapok iparágát (Baciu, 2018). A Ponzi-séma olyan befektetési csalás, amely a korai befektetőknek a későbbi befektetőktől elvett pénzzel fizet, hogy nagy nyereség illúzióját keltse. A Ponzi-séma magas hozamot ígér a befektető számára, csekély kockázat mellett. A rendszer elkerülhetetlenül összeomlik, amikor az új pénzek áramlása lelassul, és lehetetlenné válik az álnyereségek kifizetése (Chen, 2024). Az FNI romániai pénzügyi csalás értéke 300 millió dolláros volt. Az állam is segített az FNI-csalásában a CEC Bankon keresztül, amely 100%-os garanciát vállalt a letétbe helyezett pénzekért, de a korábbi Nemzeti Értékpapír Bizottság (CNVM) is cinkostársnak nevezhető az ügyben, mivel annak felügyelete alatt csábították a befektetőket irreális nyereséggel (Baciu, 2018).

1995. október 19-én, amikor a FNI elindult, egy alapegység 10.000 régi lej volt, és mindössze öt év alatt az alapegység 99.700 lejre nőtt, ami a befektetett pénz 99,7-szeresét jelentette. Az elképesztő hozamok, amelyeket az alap évről évre hozott, ami a banki kamatok szintjének három-négyszerese is volt, késztette arra azt a 318.413 befektetőt, akiket 1996-tól 2000. május 24-ig tartó fennállása alatt bevonzott, hogy az ország minden részéből 7.446,6 milliárd régi lej értékben befizessenek az FNI-be (Baciu, 2018).

Meglepő módon azonban az FNI annak ellenére volt olyan sikeres a kezdetekben, hogy nem sokkal egy másik „piramisjáték”, a *Caritas* összeomlása után hozták létre, amely 1992 és 1994 között működött, és több százezer betétest vonzott, akiknek azt ígérték, hogy három hónapon belül nyolcszorosára növelik a betétjeik értékét. Valamint a *SAFI* bukása is megelőzte, amely egy másik, ugyanebbe a kategóriába tartozó pénzügyi blöff volt (Baciu, 2018).

Az utóbbi évek legnagyobb romániai pénzügyi csalásaként szóba hozhatjuk a BRD Pensii esetét, ahol Alina Andreescu volt vezérigazgató és közeli munkatársai körülbelül 23 millió lejt sikkasztott el. Az adott összeget 2019-től 2022-ig az „alap számláiról” sajátították el és használták fel személyes érdekekre, ezt a vádlottak valószínűleg úgy érték el, hogy fiktív betéteket hoztak létre, amelyekből fiktív szolgáltatásokért és árukért vették fel az összegeket (Rosu és Popescu, 2022).

A bemutatott eseteken végig nézve megerősíthetjük, hogy a kreatív számviteli gyakorlatok alkalmazása általában valakinek a nagyravágásából ered, aki nincs megelégedve a vállalat aktuális helyzetével és minthogy legálisan keresne megoldást és a teljesítmény növelésével növelné az eredményt, inkább a számvitelben másítja meg a számadatokat, nem gondolva arra, hogy milyen következménye lesz annak, ha fény derül az ilyenfajta cselekedetekre. Emellett pedig az is előfordul, hogy saját maguk felé hajlik a keze a vezetőknek és azért folyamodnak csalárd gyakorlatokhoz, hogy „megszedjék” magukat. A kreatív számvitel minden esetben megtévesztésre törekszik, amivel a cég csak tovább görgeti maga előtt a gyűlö adósságot, ami miatt egyre elvetemültebb technikákhoz kell folyamodjanak, ami már nem is kreatív, hanem csalárd, ahhoz, hogy kordában tudják tartani a megmásított eredményt és annak hamissága ne szivároгjon a nyilvánosság tudatába. De, ha mégis napvilágot lát a kreatív és csalárd számviteli eszközök használata a kudarc és a tartós hanyatlás biztosítva van a vállalat számára, az elkövetőknek pedig minden bizonnyal jogi következményekkel kell szembenéznük.

A botrányok következményeiből láthatjuk, hogy a csalás kategóriájába átbillenő kreatív számvitel kritikus kihatással lehet a vállalat életére, az elkövetőkre pedig súlyos jogi következményekkel is járhat, a bűncselekmény súlyosságának mértékétől függően. A fenti esetekben is a legtöbb vállalat befuccsolt, mivel függőjévé váltak a kreatív számvitelnek és azt átvitték csalásba is, amivel csak tovább fajult a helyzet és elindultak a leejtőn, aminek csak a legalján álltak meg. De nem csak az elkövetőn és a vállalatot csattan az ostor, hanem több ártalmatlan ember maradhat munka nélkül a vállalat csődjének következményeként, valamint a befektetők pénze is elsüllyed a csődbe ment vállalatot együtt, óriási károkat hagyva maga után. Így hát óvatos kell lenni a kreatív számvittel, mert könnyű megoldásnak tűnik az eredmény kozmetikázására, de hamar függőjévé válhat a cég. Végso soron beláthatjuk, hogy jobb elkerülni a kreatív számvitel technikáinak alkalmazását, nem is beszélve a csalárd számviteli módszerekről.

Láthattuk, hogy a kreatív számvitel a pénzügyi botrányok egyik előfutára, mivel lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy manipulálják vagy elfedjék a valós pénzügyi helyzetüket, azonban sokszor elszalad a ló a vezetőkkel és csalást is elkövetnek, ami egyenes út a botrány kitöréséhez. A pénzügyi botrányokhoz vezető kreatív számvitel magába foglalja a kétes gyakorlatok kialakulását, ami megnehezíti az átláthatóságot és az elszámoltathatóságot a vállalatok pénzügyi jelentéseiben, ami következtében a hitelezők, a részvényesek vagy más érintettek nem tudják pontosan értékelni a vállalat valós pénzügyi helyzetét, ami pedig bizalmi válság kialakulását eredményezheti az ügyfelek, befektetők és a piacok között. Éppen

ezért a pénzügyi botrányok gyakran arra ösztönzik a szabályozó hatóságokat, hogy szigorítsák a számviteli szabályokat és fokozzák az ellenőrzést a vállalatok felett.

10. Etikai kihívások és dilemmák

A fent megemlített pénzügyi botrányok mind elkerülhetőek lehettek volna, ha a cégvezetők etikusan viselkednek, illetve, ha a könyvelőjük kiállt volna az etikus magatartás mellett. De ha már ők ketten vétettek is, akkor a könyvvizsgáló kellett volna jelezze az észlelt rendellenességet. Továbbá a pénzügyi csalás megelőzésének hatékony eszköze lehet a vállalati belső audit bizottság is, a belső kontroll és a felelős vállalatkormányzás modern rendszerében (Szász, 2010).

A számvitelben a piaci verseny térnyerése előtt az egyedüli és leglényegesebb követelmény az elvek betartása volt, amit követően viszont a túlélés érdekében a könyvelőknek gyakran választaniuk kellett a „kreativitásra” való hajlandóság vagy az ügyfél elvesztése között. Ennek eredményeképpen a számviteli szakma az üzleti élet erkölcsi romlásának áldozata lett és elüzettesedett. A szakmába vetett bizalom csak nehezen szerezhető vissza, amihez szükséges a személyes szakmai felelősség erősítése (Szász, 2008).

A számviteli szakemberek nap mint nap törvények, szabályok, standardok, irányelvek és praktikák irányította környezetben dolgoznak. Éppen ezért léteznek a számviteli tevékenységet szabályozó etikai kódexek, amelyek olyan alapelveket fogalmaznak meg, amelyek arra hivatottak, hogy biztosítsák és növeljék a szakma jó hírnevét, és alaptalan támadások esetén védelemben részesítsék a tagokat. Ezek az etikai szabályzatok kiegészítik a könyvelők munkáját meghatározó szabályokat, a hangsúlyt a magatartásra, a szakmai felelősségre fektetve, hogy ne csorbuljon a szakma hírneve (Szász, 2008).

Egy ilyen számviteli tevékenységet szabályozó etikai kódex az „International Federation of Accountants” (IFAC) által 2021-ben kiadott „A professzionális könyvelők nemzetközi etikai kódexének kézikönyve” („Manualul Codului Etic Internațional pentru Profesioniștii Contabili”), az „International Ethics Standards Board for Accountants”-tól (IESBA), ami meghatározza a számviteli szakemberek etikai alapelveit, tükrözve a szakma azon felelősségének elismerését, hogy a köz érdekében kell cselekednie. Ezek az elvek meghatározzák a számviteli szakemberektől elvárt magatartási normákat. Az alapelvek közül az első a *feddhetetlenség* (integritás), ami azt jelenti, hogy megbízhatónak és becsületesnek kell lennie minden szakmai és üzleti kapcsolatban. A második az *objektivitás*, ami keretében a szubjektivitás; összeférhetetlenség; vagy illetéktelen befolyásolás kizárását értjük. A harmadik a *szakmai hozzáértés és kellő figyelem* arra, hogy megfelelő szakmai ismeretekkel és készségekkel rendelkezzen, továbbá, hogy az alkalmazandó műszaki és szakmai szabványoknak megfelelően járjon el. A negyedik a *titoktartás*, ami szerint tiszteltetben kell tartania a szakmai és üzleti kapcsolatok révén szerzett információk bizalmas jellegét. Az

ötödik és egyben az utolsó alapelv a *szakmai magatartás*, ami a vonatkozó törvényeket és rendeletek betartását, a közérdeknek megfelelő magatartást és az olyan viselkedés elkerülését követeli meg, amelyről tudja vagy tudnia kellene, hogy a szakma rossz hírét keltheti. A számviteli szakembereknek ezt az öt alapelvet maradéktalanul be kell tartaniuk, ami szemmel láthatóan a bemutatott esettanulmányokban nem valósult meg.

A Kódex általános koncepcionális keretet biztosít, amelyet a számviteli szakembereknek alkalmazniuk kell az alapelveknek való megfeleléssel kapcsolatos veszélyek azonosítására, értékelésére és kezelésére. Illetve megakadályozza, hogy a számviteli szakemberek arra a következtetésre jussanak, hogy egy helyzet megengedett pusztán csak azért, mert azt a Kódex nem tiltja kifejezetten (IESBA, 2021). Ezt igaznak tekinthetjük a törvények betartására vonatkozóan is, tehát nem feltétlen megengedett bármi, csak azért, mert nem térnek ki rá szó szerint a törvény keretében.

A pénzügyi érdekek, jutalom és a pénzügyi beszámolással kapcsolatos ösztönzők és döntéshozatalról is szó esik a Kódex 240. szakaszában, amin belül ki van jelölve, hogy a számviteli szakember nem manipulálhat és használhat fel bizalmas információkat személyes vagy mások pénzügyi hasznára. A 250. szakaszában arról is értesülünk, hogy az ösztönzők felajánlása vagy elfogadása az önérdek, az ismertség vagy a fenyegetés veszélyét jelentheti az alapelvek, különösen az integritás, az objektivitás és a szakmai magatartás elveinek betartására nézve, illetve azt is előírja, hogy a számviteli szakembernek meg kell felelnie a vonatkozó törvényeknek és rendeleteknek, amikor ösztönzőket kínál vagy fogad el. A 270. szakaszban arról esik szó, hogy egy profi könyvelő nem hagyhatja, hogy mások nyomására megszegje bármelyik alapelvet; illetve ő sem gyakorolhat olyan nyomást másokra, amivel azok szegnének meg alapelvet.

A könyvvizsgálati, felülvizsgálati és egyéb bizonyosságot nyújtó megbízásokra vonatkozóan a Kódex meghatározza a függetlenséget fenyegető veszélyeket is (IESBA, 2021).

Az etikus magatartás elengedhetetlen minden szakmában, de a számviteli szakmában talán még inkább, mivel a számviteli szakmabeliek dolga olyan kimutatások készítése, ami számos befektetési döntés alapját képezik, amik következtében hatalmas pénzügyi összegek lehetnek kockáztatva, így hatalmas felelősség van a vállalkozáson, hogy megbízható és valós képet nyújtsanak a vállalat helyzetéről. Ha fel is merül olyan helyzet, amire a számviteli szakemberek nem találnak választ a törvényben és saját megítélésükre kell hagyatkozniuk, akkor is az etikai kódexnek megfelelően kell eljárniuk.

Következtetések és javaslatok

A kreatív számvitel témája rendkívül izgalmas és sokszínű terület, amely a hagyományos számviteli gyakorlatokat és elveket új megközelítéssel és gondolkodásmóddal egészíti ki. Emellett egy olyan összetett téma, amely sok vitát váltott ki és még fog is szerintem kiváltani, amelyben gyakran felmerülnek etikai aggályok és kockázatok.

A kreatív könyvelés a törvénybeli kiskapukat használja ki, hogy hamisan jobbnak tüntesse fel egy vállalat pénzügyi helyzetét, mint amilyen az valójában. A kreatív könyvelés tehát nem mást jelent, mint a kiskapuk keresése a számviteli előírásokban és azok felhasználása a könyvelés manipulálására. Bár a kreatív számvitel legális, számviteli csaláshoz vezethet, ami illegális. Ugyan esszenciális egy vállalat számára, hogy a pénzügyi helyzetéből a lehető legjobbat hozza ki, tehát minél optimálisabb legyen pénzügyi terén, de az is lényeges, hogy azt a jogi hatályokon belül érje el és az általános alapelveknek is eleget tegyen.

A kreatív számvitelnek negatív és pozitív aspektusa is van, bár a negatívítás elnyomja a pozitív vonásait. A kreatív számvitel használatának lehetősége mindig is rendelkezésükre állt és rendelkezésükre is fog állni a könyvelőknek vagy annak, aki éppen a pénzügyi kimutatást készíti, az csak rajtuk múlik, hogy élnek is azzal a „lehetőséggel” vagy sem. De ha a kreatív számvitel alkalmazását választja, ügyelnie kell arra, hogy a hajszálvékony határon ne lépjen át, amin túl már csalásról beszélhetünk és nem kreativitásról. Azonban a kreatív számvitel és a csalás közötti határvonal gyakran nem egyértelmű, pont emiatt jobb el sem indulni ezen a kiszámíthatatlan úton.

A számvitelben létfontosságú az átláthatóság, hitelesség, az integritás és az etikai szempontok betartása a számviteli gyakorlatok során. Alaposan mérlegelni kell azokat a kockázatokat és etikai vonatkozásokat, amelyekkel a kreatív számvitel járhat, mivel az veszély forrása lehet a szervezet hosszú távú fenntarthatóságára és a társadalmi felelősségvállalásra nézve.

A számviteli rendszerek különbözőségében is rejtőzhet a kreatív számvitel eredete. Az US GAAP és az IFRS is rendelkezik olyan jellemzőkkel, amelyek lehetőséget nyújtanak a kreatív számvitelre, de a megközelítésük eltérő. A GAAP szabályalapú rendszere részletes szabályokkal igyekszik minimalizálni a visszaéléseket, de azokban is lehet találni kiskapukat, amik kihasználhatók a kreatív számvitel céljaira. Az IFRS elv-alapú rendszere nagyobb rugalmasságot biztosít, ami a szabályok tágabb értelmezésének lehetőségét is magában hordozza, emiatt általánosságban elmondható, hogy az IFRS könnyebb lehetőséget kínálhat a kreatív számvitel alkalmazására. De a számviteli rendszerek mellett az ellenőrzési

mechanizmusok és a jogi környezet erőssége és hatékonysága is meghatározó tényezője a kreatív számvitel kibontakozásának.

A kreatív számvitel technikái közül csak a lényegesebbeket mutattam be, amik az eredménykimutatásban az eredmény növekedését, a mérlegben az eszközök növelését és a kötelezettségek csökkentését, vagy a cash flow kimutatásban a működési cash flow növekedését eredményezték. Bár még sok más technikája is van, ez is elég volt ahhoz, hogy körvonalazódjon bennünk, hogy a kreatív számvitel igen sokrétű és útjai kifürkészhetetlenek. Ezen technikákhoz társított nagyvállalati alkalmazások példái alapján megválaszolható a tanulmány fő kérdése, mivel megállapíthatjuk, hogy a kreatív számvitel megszámlálhatatlan dimenzióban mutatkozhat meg, hiszen minden technikáját egy-egy dimenziójának tekinthetjük. Sőt, mi több ezek a dimenziók keveredhetnek is, mivel láthatuk, hogy egy-egy vállalat több kreatív számviteli módszert is ötvözött pályafutása során. Emellett az említett példák rámutattak, hogy a vállalatok még csalárd manipulálással is árnyalták a kreatív számvitel dimenzióit.

A kreatív számvitel dimenziói mind más-más árnyalatúak, attól függően, hogy mi a motivációja az elkövetőnek, a pénzügyi kimutatások melyik részét érinti, vagy mennyire lendül át a csalás kategóriájába. Megjegyzendő még, hogy ezek a dimenziók állandó alakulásban vannak, mivel, ha bejön egy olyan törvény, ami bezárja az adott kikaput, amit kihasználva létezett az adott technika, akkor az a dimenziója megszűnik. Azonban, a vezetők nyomására a kreatív könyvelők mindig is képesek lesznek új kikapukat találni, amik által egyre gyarapszik a dimenziók száma.

Végeredményben a kreatív számvitel egy olyan gyakorlat, amely során a vállalatok, szervezetek a számviteli szabályokat rugalmasan értelmezik vagy alkalmazzák annak érdekében, hogy jobbnak tüntessék fel pénzügyi helyzetüket, teljesítményüket vagy eredményeiket, mint amilyen valójában. Azonban ezen cselekedeteknek következményei is vannak. Az egyik ilyen következmény az, hogy ha egy vállalat folyamatosan alkalmazza a kreatív számvitel gyakorlatait, akkor elveszítheti a befektetők, hitelezők és más érdekelt felek bizalmát, tehát elveszíti a vállalat a hitelességét. Ennek folyamányaként pedig kivonhatják befektetéseiket a vállalatból, ami negatívan befolyásolhatja a vállalat részvényárfolyamát és hitelezési lehetőségeit. De egy-egy kreatív számvitelt alkalmazott vállalat csődjé az egész iparággal szembeni bizalmat is tönkre teheti a népszerűség körében, ez volt a helyzet a „Fondul Național de Investiții” összeomlásakor is. Az FNI csődjét egész Románia megsínylette, mivel azóta a befektetők nem néznek jó szemmel a befektetési alapokra, és bármi másba szívesebben fektetnek be, mintsem abba.

Reputációs károkat is szenvedhet a vállalat, ha a számviteli manipulálás híre bekerül a nyilvánosság tudatába, ami következtében az elkövető vállalat hírnevén és márkáján csattan az ostor. Továbbá, a kreatív számvitel gyakorlatai sérthetik a pénzügyi szabályozásokat és törvényeket, ami, ha kiderül súlyos jogi következményekkel járhat. Nem utolsósorban a hosszú távú fenntarthatóság is csorbát szenvedhet, mivel a kreatív számvitel rövid távon teremt lehetőséget a vállalatnak arra, hogy javítsa pénzügyi mutatóit vagy megfeleljen a rövid távú céloknak. Azonban hosszú távon ez a gyakorlat általában nem fenntartható, és komoly problémákhoz vezethet a vállalat hosszú távú stabilitása és fejlődése szempontjából.

Véleményem szerint, a vezetőknek nem a könyvelés terén kéne kreatívnak lenniük, hanem a működés fejlesztésében. A könyvelők pedig etikusan kell végezzék a munkájukat, nem hagyva magukat befolyásolni sem más, sem a saját érdekeik által. Emellett láthatjuk, hogy milyen súlyosak a következményei a számviteli trükközéseknek tehát jobban járnak a vállalatok, ha tisztességesen megelégednek a kevesebb nyereséggel, mintsem nagyobb nyereségért csalárd számviteli technikákhoz folyamodjanak, minek következtében vállalniuk kell a bemutatott súlyos következmények bekövetkeztének kockázatát. Tehát azok a vállalatok, amelyek hosszú távon fenntartható növekedést és sikerességet szeretnének elérni jobb, ha elkerülik a kreatív számvitelt, és inkább az átláthatóságra és tisztességes beszámolóra helyezik a hangsúlyt, megmaradva az etikus magatartás mellett.

A tanulmány korlátozottságát jelenti, hogy az csak angol, néhány román és magyar nyelvű szakirodalomból készült, mivel átfogóbb megközelítést lehetett volna elérni még több nyelvű szakirodalom felhasználásával. Továbbá, a kreatív számvitel meghatározásait, motivációit és technikáit sem mutattam be teljeskörűen, mivel a dolgozat hosszának korlátozott volta nem engedte.

Irodalomjegyzék

- Akkouche, M. A. (2022). *Creative Accounting practices and the reliability of Financial Statements -Evidence from the most iconic financial scandals*. Journal of Financial, Accounting és Managerial Studies, 9(2).
- Amat, O., Blake, J., és Dowds, J. (1999). *The ethics of creative accounting*. Economics Working Paper, 349, 715–736.
- Amor, K., és Warner, A. (2003). *Uncovering Creative Accounting*. Pearson Education Limited
- Auer, Á. (2017). *Corporate governance-állami részvétellel működő gazdálkodó szervezetek*.
- Balaciu, D., Bogdan, V., & Vladu, A. B. (2009). *A brief review of creative accounting literature and its consequences in practice*. Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica, 11(1), 170.
- Bălăsoiu, R. (2012). *Aspecte privind contabilitatea creativă*. Audit Financiar, 10(9), 48–54.
- Denich, E., & Hajdu, D. (2021). *A kreatív számvitel alkalmazásának vizsgálata Transparency and Disclosure Index (TDI-) módszer segítségével autópári cégeknél*. Pénzügyi Szemle, 66(3).
- Faragalla, A. W. (2015). *Practici de contabilitate creativă în viziunea profesioniștilor contabil*. Audit Financiar, 13(7), 59–72.
- Fosbre, A. B., Kraft, E. M., és Fosbre, P. B. (2009). *The globalization of accounting standards: IFRS vs. US GAAP*. Global Journal of Business Research, 3(1), 61-71.
- Fusaro, P. C., & Miller, R. M. (2002). *What went wrong at Enron: Everyone's guide to the largest bankruptcy in US history*. John Wiley & Sons.
- Gînta, A. I., és Țirău, A. I. (2018). *Analysis of Creative Accounting–Faithful Image Relationship and Creative Accounting–Fraud Relationship*. Ovidius University Annals, Series Economic Sciences, 18(2), 599–604.
- Groșanu, A. (2013). *Contabilitate creativă*. Editura ASE.
- Groșanu, A., Răchișan, P. R., és Berinde, S. R. (2011). *Study regarding the influence of romanian accounting regulations on creative accounting techniques*. Annals of the University of Oradea, Economic Science Series, 20(2), 523–528.
- Hajdu, D. (2017). *A számok nem hazudnak–vagy mégis? A kreatív számvitel nyomában= Figures Don't Lie–Or Do They? The Clues of Creative Accounting*. E-CONOM, 6(1), 19-30.

- Hamad, M., Soós, R., és Tömöri, G. (2023). *Kreatív számvitel megítélésének, alkalmazásának vizsgálata*. *Economica*, 14(3–4), 23–33.
- Holda, A., és Staszal, A. (2014). *Is it Creative Accounting, Risk Management, Manipulation or a Fraud?*. *KNOWLEDGE ECONOMY SOCIETY*, 325–332.
- Huseynov, S. (2010). *Creative accounting and fraud (Doctoral dissertation, Marmara Universitesi (Turkey))*.
- International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA). (2021). *Manualul Codului Etic Internațional pentru Profesioniștii Contabili*.
- Jones, M. J. (2011). *Creative accounting, fraud and international accounting scandals*. John Wiley és Sons.
- Khaneja, S., és Bhargava, V. (2016). *A Comprehensive Review of Literature on Creative Accounting*. *International Journal of Business Insights and Transformation*, 10(1), 46–60.
- Moisescu, F. (2016). *The art of “creative accounting” in the current economic context*. *Contemporary Economy Journal*, 1(2), 38–42.
- Moldovan, R. L., Achim, S. A., és Bota-Avram, C. (2010). *Fighting the enemy of fair view principle-getting to know creative accounting*.
- Mudel, S. (2015). *Creative accounting and corporate governance: -a literature review*. Available at SSRN 2708464.
- Mulford, C. W., és Comiskey, E. E. (2002). *The financial numbers game: detecting creative accounting practices*. John Wiley & Sons.
- Nastasia, S. C. (2020). *Detection of creative accounting practices*. *The Journal Contemporary Economy*, 5(2), 178–183.
- Popescu, L. M., és Nișulescu, I. (2014). *Creative accounting versus fraud*. *SEA-Practical Application of Science*, 2(3), 5.
- Popescu, L., és Tatu, I. (s.a.). *Impactul tehnicilor de contabilitate creativă asupra pozitiei financiare a unei entități*. Academia de Studii Economice.
- Putman, R. L., Griffin, R. B., & Kilgore, R. W. (2005). *A model for determination of the quality of earnings*. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 9(3), 41.
- Sabău, A.I., Mare, C., és Safta, I. L. (2015). *A Statistical Model of Fraud Risk in Financial Statements. Case for Romania Companies*. *Risks*, 9(6).
- Sabău, A. I., Safta, I. L., Miron, G. M., & Achim, M. V. (2020). *Manipulation of financial information through creative accounting: case study at companies listed on the romanian stock exchange*. In *Rsep Conferences (Vol. 18, pp. 64-80)*.

- Safta, I. L., Sabău, A. I., & Muntean, N. (2021). *Bibliometric analysis of the literature on measuring techniques for manipulating financial statements*. *Risks*, 9(7), 123.
- Schilit, H. M. és Perler, J. (2010). *Financial shenanigans: how to detect accounting gimmicks and fraud in financial reports*. Third edition. New York, McGraw-Hill Education.
- Shah, S. Z. A., és Butt, S. (2011). *Creative Accounting: A Tool to Help Companies in a Crisis or a Practice to Land Them into Crises*. International Conference on Business and Economics Research, (Vol. 16, pp. 96-102).
- Svetlana, M., és Lica, E. (2015). *Poziționări și evoluții în contabilitatea creativă*. In *Analele Științifice ale Academiei de Studii Economice din Moldova*, (1), 89-95.
- Szász E. (2010): *A vállalati teljesítmény torzított kimutatásának számviteli, etikai, vállalkozáskormányzási és tőkepiaci aspektusai*. Doktori értekezés, Pécs
- Szász, E. (2008). *Bizalom és számvitel*. *Köz-gazdaság-Review of Economic Theory and Policy*, 3(2), 241-247.
- Tataru, V. (2023). *Creative accounting*. In *Prospects of accounting development: the young researcher's view* (pp. 324–329).

Internetes források:

- Adozona.hu, (2020). *Közel tízmilliós bírságot kapott az Aegon önkéntes nyugdíjpénztár* [on-line]. Elérhetőség: https://adozona.hu/altalanos/Kozel_tizmillios_birsagot_kapott_az_Aegon_o_59ZE48 [Megnézve: 2024. április 13.].
- Baciu, A. (2018). *ZF la 20 de ani. Evenimentul anului 2000: Coșmarul FNI sau cum s-a compromis pe termen nedeterminat încrederea în instrumente de investiții a unei societăți întregi* [on-line], Ziarul Financiar, Elérhetőség: <https://www.zf.ro/zf-20-de-ani/zf-la-20-de-ani-evenimentul-anului-2000-cosmarul-fni-sau-cum-s-a-compromis-pe-termen-nedeterminat-increderea-in-instrumente-de-investitii-a-unei-societati-intregi-17567962> [Megnézve: 2024. április 15.].
- Bogár, Zs. (2005). *A Postabank-per: Felszíni fejtés* [on-line]. Magyar Narancs, MagyarNarancs. Elérhetőség: http://magyarnarancs.hu/belpol/a_postabank-per_felszini_fejtes-53281 [Megnézve: 2024. április 14.].
- Chen, J. (2024). *Ponzi Schemes: Definition, Examples, and Origins* [on-line], Investopedia. Elérhetőség: <https://www.investopedia.com/terms/p/ponzischeme.asp> [Megnézve: 2024. április 15.].

- Contabilitatea creativa in scandaluri financiare* [on-line], (s.a.). SCRI Group. Elérhetőség: <https://www.scrigroup.com/afaceri/contabilitate/CONTABILITATEA-CREATIVA-IN-SCA83439.php> [Letöltve: 2023. december 2.].
- Corporate finance institute team, (2022). *Top Accounting Scandals* [on-line], Corporate finance institute, Elérhetőség: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/top-accounting-scandals/> [Letöltve: 2023. december 1.].
- Hvg.hu (2015). *Hatalmas fiktív ügyleteket gyanít a jegybank a Quaestornál* [on-line]. Elérhetőség: https://hvg.hu/gazdasag/20150310_Igy_csálnak_a_brokercegek_a_jegybank_szer [Megnézve: 2024. április 14.].
- Jurnalul.ro (2012). *Vîntu și Liviu Luca, trimiși în judecată în dosarul Petrom Service* [on-line], Elérhetőség: <https://jurnalul.ro/stiri/observator/vintu-si-liviu-luca-trimisi-in-judecata-in-dosarul-petrom-service-623556.html> [Megnézve: 2024. április 14.].
- Legea Nr. 82/1991, *Legea Contabilitatii*, Republicata in 2008, Pub. L. No. 82, Parlament (1991). Elérhetőség: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/224183> [Megnézve: 2024. február. 15].
- Liberto, D. (2023). *Creative Accounting: Definition, Types, and Examples* [on-line], Investopedia, Elérhetőség: <https://www.investopedia.com/terms/c/creative-accounting.asp> [Letöltve: 2023. december 9.].
- Rimkus, R. (2016). *Parmalat. Financial Scandals, Scoundrels & Crises* [on-line], CFA Institute, Elérhetőség: <https://www.econcrises.org/2016/11/29/parmalat/> [Letöltve: 2023. december 16.].
- Rosu, R. és Popescu, L. (2022). *Cea mai mare fraudă financiară din ultimii ani* [on-line], Ziarul Financiar, Elérhetőség: <https://www.zf.ro/burse-fonduri-mutuale/cea-mare-frauda-financiara-ultimii-ani-politia-vorbeste-23-milioane-20964150> [Megnézve: 2024. április 15.].
- Shopify Staff (2023), *GAAP vs. IFRS: 6 Differences Between Accounting Standards* [on-line], Shopify. Elérhetőség: <https://www.shopify.com/blog/gaap-vs-ifrs> [Megnézve: 2024. május 20.].
- U.S. Securities and Exchange Commission. (2002, April 11). *Complaint: SEC v. Xerox Corporation* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.sec.gov/litigation/complaints/compl17465.htm> [Letöltve: 2024. március 9.].