

ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ КРЕАТИВНОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ CONCEPTS AND DEFINITION OF THE IN UKRAINE AND THE WORLD

Не нове і не старе поняття креативного обліку несе в собі значення, яке має надзвичайний вплив на діяльність не тільки бухгалтерії та фінансових відділів, але й на представників управління. Креативний облік висуває на перше місце завдання управлінського обліку і забезпечення інтересів власника. Креативний облік є основою для розвитку творчості бухгалтера та за кордоном існує суто для внутрішнього використання.

Ключові слова: креативний облік, умовно-креативний облік, маніпуляція.

The not new and not old concept of creative account carries in itself a value which has an extraordinary influence on activity of not only book-keeping and financial departments but also on the representatives of management. A creative account pulls out the task of administrative account and providing of interests of proprietor into first place. A creative account is the background of development of creation of accountant and it is abroad existed especially for the internal use.

Key words: creative account, conditionally creative account, manipulation.

Вступ. Однією із основних задач гармонізації бухгалтерського обліку в сучасних умовах України є адаптація міжнародних облікових інституцій у вітчизняну практику обліку. Це пов'язано, по-перше, з необхідністю

гармонізації та уніфікації обліку, по-друге, це зумовлює виникнення невирішених питань в бухгалтерському обліку. Залишаються недостатньо дослідженими питання можливості існування креативного обліку та його взаємозв'язок з обліковою політикою на рівні підприємства, хоча дане поняття широко використовується в обліковій літературі [3, с. 88].

Креативний облік або творчий облік (англ. creative - творчий) - сукупність законних методів, за допомогою яких бухгалтер, використовуючи свої професійні знання, підвищує привабливість фінансової звітності для зацікавлених осіб і знижує податковий тягар для підприємства, на якому він працює. З подачі вітчизняного теоретика та історика рахівника Я. В. Соколова [1, 232] в нашій країні креативний облік нерідко розглядається в якості самостійного елемента в інформаційній структурі бухгалтерського обліку.

Періодизація історії креативного обліку чітко відокремлює в його розвитку 3 головні фази:

I. Фаза цифрових маніпуляцій

Фаза цифрових маніпуляцій займає за часом інтервал від зародження письмового обліку (приблизно близько 9000 років тому, з появою перших глиняних облікових бирок на Близькому Сході) до межі XIX-XX ст. Ця фаза виключала існування творчого обліку, оскільки будь-які маніпуляції з числами в ту епоху мали на меті приховування доходу будь-якими способами, часом нечесними, від фіскальних органів. Причиною відсутності потреби у креативному обліку в ті часи необхідно визнати недостатнє і недосконале законодавче регулювання рахівництва, через що у веденні торгових книг допускалося значне свавілля. Довільне оперування відомостями про результати фінансової діяльності дозволяло застосовувати широкий спектр методів перекручення облікових записів. Наступним чинником, який перешкоджав зародженню креативного обліку, необхідно назвати

недостатньо широке поширення діграфічного рахівництва, тобто рахівництва, що спирається на подвійний запис і використовує певні форми подачі інформації (форми бухгалтерського обліку). У зв'язку з цим німецький економіст В. Зомбарт у своїх працях з історії капіталістичного способу виробництва підкреслював відсутність бажання і вміння грамотно і акуратно вести рахунки: «Гортаючи записи якого-небудь Тельнера, Гельдерсена, Віттенборга, Руланда насилу уявляєш собі, що автори були видними купцями свого часу. Все їх рахівництво полягало в безладному вписуванні сум покупок і продажів, яке ми зустрічаємо, наприклад, у дрібних крамарів наших маленьких провінційних міст»[4]

II. Фаза вуалювання балансу

Фаза вуалювання балансу настає в кінці XIX ст., коли у світовій економіці починається епоха великих монополістичних об'єднань, включаючи транснаціональні корпорації. Обороти цих організацій та їх спілок значно перевершували обороти найбільших торгових будинків старої Європи, що вимагало використовувати подвійну бухгалтерію, в тому числі і для перевірки надійності партнерів по бізнесу. Специфіка управління відтепер передбачала можливість швидкого виведення капіталів монополії з одного ринку і перекидання їх на інший ринок, і тим самим, створювалися передумови для виникнення та зміцнення інституту інвесторів [7]. Підвищення активності фондових торгів, особливо у зв'язку з винаходом все нових і нових фінансових інструментів, надало калькулятори (нехай поки ще досить примітивні) для обчислення вартості компаній, включаючи їх ділову репутацію. Цей переверот у капіталістичних відносинах привів до того, що почав змінюватися сам зміст облікової діяльності. Бухгалтерська наука відреагувала на перераховані зміни створенням балансоведення, в рамках якого почалися палкі дискусії з приводу найкращого представлення даних у фінансовій звітності. Однією з найбільш важливих фігур у боротьбі за оптимальну балансову теорію був

швейцарський учений, основоположник німецького балансоведення проф. Іоган Фрідріх Шер (1846-1924), який виступив автором ряду балансових рівнянь. Відштовхуючись від тези про те, що «баланс – це совість бухгалтера», проф. Шер виклав у названій вище праці суть розвиненого їм вчення про «вуалювання і фальсифікації балансу» як засобу ділової політики, що забезпечує потрібний для підприємства «розподіл світла і тіней» в балансі [8]. Учений описав наступний комплекс підходів творчого врахування: (1) відсутність чіткого розчленування деяких статей звітності; (2) з'єднання різнорідних майнових цінностей; (3) подання до загальних підсумкових сум різнорідних цінностей; (4) розкладання статей, що становлять одне ціле; (5) компенсування статей активу статтями пасиву. Головним чином проф. Шер пропонував обігравати феномен невизначеності бухгалтерського обліку: «сама балансова термінологія взагалі настільки довільна і неясна, що можна без особливих труднощів свідомо використовувати цю неясність з метою вуалювання» [8].

III. Фаза власне бухгалтерської творчості

З початку 1960-х рр. Організацією Об'єднаних Націй (ООН) ініційований процес перекладу звітності компаній на міжнародні стандарти. Цей процес призвів спочатку до формування національних систем бухгалтерських стандартів у період з 1970 по 1975 рр. (переважно в країнах із англосаксонською моделлю обліку). Повсюдне поширення стандартів фінансової звітності в розвинених країнах з ринковою економікою викликало зміну фази вуалювання балансу на фазу власне бухгалтерської творчості в середині 1980-х рр. . Бухгалтерська невизначеність в умовах жорсткого законодавчого регулювання обліку і застосування стандартів рахівництва помітно знизилася, що зменшило свавілля в діяльності облікового працівника.

Безпосередньо моду на термін «креативний облік» ввів у 1986 р. британський журналіст, економічний оглядач Й. Гріффітс, назвавши так

своє дослідження, в якому виклав такі погляди на проблематику творчого обліку: «будь-яка компанія в нашій країні грає на прибуток. Будь-яка публічна звітність ґрунтується на реєстрах, які були злегка підправлені або ж повністю переправлені. Цифри, які двічі на рік згадуються в спільноті інвесторів, змінені всі до єдиного, щоб захистити винуватця. Це найбільший виверт, починаючи з троянського коня. Фактично такий обман не позбавлений бездоганного смаку, адже він повністю законний. Це - креативний облік» [2].

Поняття «креативний облік», введене представниками англо-американської бухгалтерської школи, означає використання менеджерами методів обліку, що дозволяють поліпшити фінансове положення підприємства.

Деякі експерти вважають, що креативність має негативний відтінок. Зазначаючи, що нові реалії такі, ніби бухгалтер, з одного боку, володіє правом вибору якнайкращого (на його суб'єктивну думку) варіанту обліку, а з іншого боку, нерідко виступаючи в ролі фінансового аналітика, повинен мати на увазі можливу варіативність балансів своїх контрагентів.

На нашу думку, креативний облік, з одного боку, можна вважати прогресивним явищем у бухгалтерській справі, якщо за відсутності інших методів для віддзеркалення в обліку нової господарської операції він дає можливість достовірно оцінити ситуацію в бізнесі. З іншого боку, креативний облік може бути націлений на представлення результатів діяльності організації у вигідному для неї світлі.

Серед методів негативного креативного обліку — заниження прибутків (заниження звітних прибутків в успішні періоди діяльності і перенесення їх на збиткові роки), використання в цих цілях зміни, наприклад, методів нарахування амортизації і ін.

До основних проявів креативного обліку відносяться:

а) маніпулювання прибутком;

- б) маніпулювання оцінками активів;
- в) створення прихованих резервів;
- г) створення забалансових джерел фінансування.

Поняття креативності виникло в ході розробки теорії бухгалтерського обліку в контексті агентської теорії.

Можна говорити про наступні дві причини появи креативного обліку:

- а) розділення функцій по управлінню фірмою, що виникають відповідно з права власності (носії – власники фірми) і права оперативного управління активами фірми (носії – топ-менеджери фірми);
- б) принципова неможливість абсолютно жорсткого регулювання обліку.

Постановка завдання

Необхідно провести критичний аналіз досліджень, що стосуються визначення та визнання креативного обліку різними вченими в Україні та світі. За результатами такого аналізу сформулювати висновки, пропозиції та систематизувати розбіжності між креативним обліком в Україні та світі.

Результати

Оскільки креативний облік як напрям досліджень виник у зарубіжних країнах, тому й кількість публікацій, присвячена цій проблематиці та ступінь її розробки за кордоном є значно більшою.

До найвідоміших дослідників креативного обліку слід віднести О. Амата, Ч.В. Малфорда, Є.Є. Коміскі, Х. Столови, Г. Бретона та ін.

У своїх дослідженнях вони розкривають наступні питання:

- сутність та сфери використання креативного обліку;
- обмеження креативного обліку концепцією правдивого і справедливого представлення;
- бухгалтерська етика та креативний облік;
- національні особливості етики креативного обліку;
- маніпулювання звітом про прибутки та збитки;

- креативний облік як форма бухгалтерської маніпуляції;
- креативний облік та прозорість фінансової звітності;
- пошук креативних методів бухгалтерського обліку;
- крах компанії “Енрон” і креативний облік;
- корпоративні скандали і креативний облік;
- креативний облік і якість аудиту;
- вплив креативного обліку на показники фінансової звітності;
- креативний облік і фальсифікація фінансової звітності;
- креативний облік і концепція управління прибутком (earning management) та ін.

Значна кількість праць зарубіжних дослідників у сфері креативного обліку включає емпіричні дослідження на основі застосування економіко-математичних та статистичних методів.

Креативний облік: докази існування, сутність та види. З введенням в дію Закону України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” в національну облікову методологію було введено механізм, який одержав назву “облікова політика” – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності. Згідно ст. 8, п. 5 цього ж закону підприємство самостійно визначає облікову політику підприємства [2]. Відповідно на рівні підприємства з’явилась можливість самостійного вибору методів і процедур ведення бухгалтерського обліку. Це зумовлює можливість використання альтернативних варіантів ведення бухгалтерського обліку і одержання відмінних результатів, навіть за наявності однакових фактів господарської діяльності.

Поряд з обліковою політикою, значна кількість зарубіжних авторів, а в останні роки і вітчизняні автори, використовують в дослідженнях поняття “креативний облік”. Розглядаючи історичні аспекти даного поняття, можна сказати, що подібні “творчі (креативні)” підходи

використовувались майстрами бухгалтерського обліку ще наприкінці XIX ст. Про це свідчать дослідження І.Ф. Шерра, висвітлені в праці “Бухгалтерія і баланс” (1925), в якій виділено окремий додаток “Вуалювання балансу”, з метою виявлення хитрувань та знаходження засобів та способів для самостійного конструювання реального стану справ на підприємстві із завуальованого балансу. В своїй праці автор наводить приклад про застосування Лейпцігським Банком креативних методів обліку в операціях з акцептами “дочірніх” товариств.

Проф. І.Ф. Шерр зазначає, “що розробка теми вуалювання балансу дозволяє пролити світло на таємниці балансових майстрів, що ставлять своєю задачею на основі різноманітних мотивів представити в найкращому або найгіршому світлі положення, становище і розміри майна підприємства та доходність останнього, ніж це впливає безпосередньо з правильного рахівництва, приховати ділові факти, майновий стан чи зобов'язання підприємства, затушувати їх, надати їм непрозорого вигляду, взагалі так перетворити майновий та результатний баланс за формою або змістом чи в обох цих напрямках, що для непосвячених дійсний стан справ стає замаскованим, завуальованим” [8, с. 455].

На нашу думку, значне поширення вуалювання, тобто застосування техніки креативного обліку, саме у XIX ст. в європейських країнах пов'язано зі значним розвитком діяльності корпоративних утворень в зарубіжних країнах. Так, у 1870 р. в Німеччині був прийнятий закон “Про акціонерні товариства”, у Великобританії в 1862 р. було прийнято “Закон про компанії”. У 1867 р. у Франції було прийнято Закон “Про товариства”, який вперше серед європейських країн регламентував випуск звітності акціонерними товариствами.

Корпорації, як колективні товариства, характеризуються роздвоєнням інтересів користувачів облікової інформації. Тобто в умовах діяльності корпорації з'являються дві умовних групи користувачів

облікової інформації з протилежними економічними інтересами: I група – основні власники, зацікавлені у невисокому прибутку з метою мінімізації оподаткування; II група – інвестори, зацікавлені у високому прибутку та, відповідно, у зростанні курсу акцій та дивідендних виплат, а також і власники, які бажають залучити додаткові фінансові ресурси через покращання власних результатів діяльності. Прикладом корпоративних зловживань для реалізації інтересів представників другої групи є скандальні події з компаніями “Enron”, “Worldcom”, “Parmalat”

Висновки:

1. В дослідженні встановлено, що бухгалтерський облік може бути віднесений до прикладних мистецтв, тобто в обліку існує можливість прояву певної бухгалтерської творчості.

2. Бухгалтерський облік може бути креативним або творчим лише тоді, коли він ведеться як у межах, так і з порушенням встановлених законодавчих норм та принципів обліку.

3. На основі емпіричних досліджень доведено існування умовно-креативного обліку. Запропоновано називати “умовно-креативним обліком” напрям ведення обліку в межах альтернативних варіантів, передбачених обліковою політикою на основі врахування існуючих принципів обліку. Напрямок ведення обліку, орієнтований на умисне порушення законодавчих норм та принципів обліку пропонуємо називати “агресивний облік”.

4. Внаслідок використання техніки умовно-креативного та агресивного обліку можливе прикрашення, чи навпаки, погіршення показників звітності, як в рамках чинного законодавства, так і поза їх межами. Легальним способом прикрашення чи погіршення показників звітності є маніпулювання. Прикрашення чи погіршення показників звітності з порушенням принципів обліку і законодавчих норм здійснюється за допомогою вуалювання та фальсифікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Соколов Я. В., Соколов В. Я. История бухгалтерского учёта. — М., 2004. 230 с.
2. Райс Э. Разоблачение тайн бухгалтерского учета. Как разобраться в бухгалтерской отчетности и в финансовом анализе / Э. Райс. — М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2008. — 352 с.
3. Цыганков К. Ю. Очерки теории и истории бухгалтерского учёта. — М., 2007. С. 163—166.
4. Зомбарт В. Современный капитализм. Т. 1. — М.; Л., 1931. — С. 297
5. Любкин В. Б. Основы судебной бухгалтерии. — Саратов, 1956. — С.6.
6. Шершеневич Г. Ф. Учебник торгового права. — СПС «Гарант» (<http://www.garant.ru>)
7. Миллер Л. Р. и др. Современные деньги. — Библиотека банковских документов (<http://www.bbdoc.ru>).
8. Шер И. Ф. Бухгалтерия и баланс. — М., 1926. 442 с.
9. Пушкар М.С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів): Монографія. / М.С. Пушкар. — Тернопіль, Карт-Бланш, 2006. — 334 с.
10. Тринька Л.Я. Креативні методи обліку: їх суть і значення в обліковій практиці вітчизняних підприємств / Л.Я. Тринька // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Облік, аналіз і аудит у сучасному бізнесі”. — Львів: Компакт-ЛВ, 2004. — С. 335-337.

Надійшла до редколегії 15 квітня 2011 року

Стаття рекомендована до друку
д.е.н., професором

Ткаченко Н.М.