**Гевді Н. О., ОА-41 Науковий керівник – ст. викладач Нагавичко І. П.**

**(Національний університет водного господарства та природокористування)**

***Тема статті: Креативний облік – загроза професії та суспільству***

Численні скандали, зумовлені маніпулюванням показниками фінансової звітності, підривають до­віру суспільства до професії бухгалтерів і аудито­рів.

Таке перекручення значною мірою є на­слідком застосування так званого креативного об­ліку і змушує уряди багатьох країн вживати жор­стких заходів для протидії негативним тенденціям у цій сфері.

На думку вітчизняних учених [2; 5], в Україні створені всі передумови для застосування креатив­ного обліку. Так, 80% опитуваних фінансових керів­ників провідних вітчизняних підприємств засвідчи­ли, що їм доводилося маніпулювати фінансовими даними, а в професійній практиці 19% опитуваних це відбувається часто [6].

Мета статті - з'ясування сутності, причин і методів креативного обліку та надання пропозицій щодо протидії його поширенню.

Словники з бухгалтерського обліку містять різні визначення креативного обліку, а саме:

* «Спроби менеджменту «валяти дурня» з бухгал­терським обліком з метою завищення чистого при­бутку».
* «Використання бухгалтерського обліку для введення в оману користувачів, замість належної до­помоги ним».
* «Форма обліку, яка хоча й узгоджується зі всі­ма правилами і практикою, проте надає упереджене враження про фінансовий стан і результати діяльнос­ті підприємства».
* «Облік, спрямований на податкову оптимізацію» [3].

Вважають, що термін «креативний облік» вперше було використано в 1968 р. у комедійному фільмі Мела Брукса «Продюсери». Цей фільм розповідає іс­торію театрального продюсера і бухгалтера, які на­магаються обдурити своїх інвесторів через навмис­ний провал шоу на Бродвеї. До речі, це був перший фільм М. Брукса, який отримав Оскар за сценарій. Проте витоки цього явища можна знайти ще на початку XVIII ст.. коли збанкрутувала компанія «South Sea Bubble».

Ідея креативного обліку полягає у формуванні на підприємствах духу оновлення всіх сфер діяльності на основі освоєння двох етапів розвитку – розширення інформації та створення знань для поширення серед персоналу.

Метою креативного обліку генерування інформації на запит менеджерів нижчого, середнього та вищого рівня, що підвищує ефективність роботи обліковців та управлінців.

***Креативний облік*** – термін, який часто перекладають як творчий облік.

Раніше подібна “творчість” зводилася до вуалювання і викривлення облікових даних. Тепер креативний облік розглядається як результат облікової політики і втрачає свій негативний відтінок.

Різні тлумачення креативного обліку наведені та­кож у фундаментальних працях західних авторів.

Р. О'Ріган визначає креативний облік як викорис­тання та зловживання методами й принципами бух­галтерського обліку для досягнення фінансових ре­зультатів, які навмисно не забезпечують чесний і справедливий погляд.

Ч. Мулфорд і Е. Коміскі розглядають практику обліку як заходи, що використовують для гри з фі­нансовими показниками, зокрема агресивний вибір і застосування принципів бухгалтерського обліку, ша­храйську фінансову звітність та будь-які інші кроки для управління прибутком і вирівнювання прибутку.

*До основних проявів креативного обліку відносяться:*

а) маніпулювання прибутком;

б) маніпулювання оцінками активів;

в) створення прихованих резервів;

г) створення забалансових джерел фінансування.

При цьому ***метою застосування креативного об­ліку*** може бути не тільки завищення прибутку або податкова оптимізація. Тому більш вдалим є термін «управління звітністю», який застосовують Д. Александер, А. Бріттон і А. Йориссен. Ці автори зазнача­ють, що в спеціальній літературі розглядають два види технологій управління звітністю: управління звітом про прибутки та збитки (управління прибут­ком) і управління структурою балансу.

**Крім того, існує дві моделі управління прибут­ком:**

* впливати - збільшувати або зменшувати його величину за певний період;
* вирівнювання прибутку через зменшення сту­пеня коливання його звітного показника [1, c.647].

Визначаючи креативний облік, автори зазвичай підкреслюють його легальний характер.

Протягом 2000-2008 рр. питанням креативного обліку в періодичних виданнях присвячували праці Г.М. Азаренкова, Я.В. Бахарєва, О.М. Головащенко, І.Н.Дмитренко, А.В. Рабошук, Т.Ф. Середа, Л.Я. Тринька, А.В. Хмелевська, Ю.Д. Чацкіс, К.С. Шапошніков та ін.

Так, Е. Столові та Ж. Бретон розрізняють ма­ніпулювання в рамках обмежень законів і стандартів, до якого відносять, зокрема, креативний облік та ма­ніпулювання за межами законів і стандартів, що ви­значають як шахрайство.

Ф. Бутинець вважає, що фальсифікація обліку та звітності є законом капіталістичної економіки. На його думку, «...майстерні способи маніпулювання обліковими даними дають можливість відповідно до правил, прийнятих представниками великого капіта­лу, грубо й відверто викривлювати звітність у випад­ках, коли потрібно за будь-яку ціну зберегти види­мість нормальної діяльності підприємства, ошукати громадян» [2, c.51].

Проте на практиці не завжди можна провести чіт­ку межу між «творчістю» і шахрайством. Тому креа­тивний облік своєрідним буфером (рис. 1) між зо­ною помилок і відвертим шахрайством.

 Шахрайство Креативний облік Помилки

 Маніпулювання

**Рис. 1. Перекручення фінансової звітності.**

Різні автори висловлюють різні точки зору щодо причин і цілей креативного обліку.

Одні вважають, що бухгалтери маніпулюють фі­нансовою звітністю з різних причин, зокрема з ме­тою збільшити показники прибутку, поліпшити ви­гляд балансу, видаватися успішними в політичному та соціальному кліматі, уникнути банкрутства, пока­зати стійку тенденцію щорічного зростання прибут­ку, задовольнити очікування інвесторів.

Поняття «креативний облік», введене представниками англо-американської бухгалтерської школи, означає використання менеджерами (тобто по їх розпорядженню) методів обліку, що дозволяють поліпшити фінансове положення фірми.

Іншими словами, креативність, як правило, має негативний відтінок. Отже, нові реалії такі, що 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 вуалірованність балансів своїх контрагентів.

Креативний облік, з одного боку, можна вважати прогресивним явищем в бухгалтерській справі, якщо за відсутності інших методів для віддзеркалення в обліку нової господарської операції він дає можливість достовірно оцінити ситуацію в бізнесі [7].

З іншого боку, креативний облік може бути націлений на представлення результатів діяльності організації у вигідному для неї світлі.

М. Метьюс та М. Перера вважають, що **креатив­ний облік** має подвійну природу, тому можна дати подвійне визначення цього терміна:

1. у позитивному прояві - це будь-який метод об­ліку, що не відповідає загальноприйнятій практиці або встановленим стандартам чи принципам, але за­безпечує достовірне подання стану справ у компанії;

2. у негативному прояві - це процес підгонки зві­тів підприємства, щоб вони подавали його діяльність у більш прийнятному і вигідному світлі в очах акці­онерів, інвесторів та інших зацікавлених осіб [6, c.457-458].

Втім основною причиною виникнення й розвитку креативного обліку є обмеженість ресурсів, переду­сім фінансових. При цьому конфлікт інтересів охоп­лює широке коло учасників: менеджерів, аудиторів, фінансових аналітиків та інших зацікавлених осіб. Такі конфлікти загострюються в умовах лобіювання з боку впливових осіб і політичних партій.

Виходячи з наведеного креативний облік можна визначити як формальне застосування або ціле­спрямований вибір методів і принципів бухгал­терського обліку для забезпечення показників фінансової звітності, які відповідають цілям окре­мих осіб, але вводять в оману широке коло кори­стувачів.

Усі наведені визначення не розкривають повніс­тю сутність креативного обліку. По-перше, недоці­льно акцентувати увагу на терміні «креативний», який походить від англійського слова «сгеаtive» - творчий. Як уже зазначалося, цей термін з'явився набагато пізніше, ніж само явище. Взагалі творчість притаманна людині, тому в процесі будь-якої діяль­ності з'являється щось якісно нове, зокрема методи, прийоми, процедури тощо.

Проте явище, яке отримало назву «креативний облік», призводить винятково до того, що фінансова звітність не відображує реального стану справ і вво­дить в оману користувачів.

Тому слід погодитися з В. Моссаковським, що креативний облік не можна розглядати як окремий вид обліку [5, c.29].

У літературі розглядають різні **методи та прийо­ми креативного обліку**. Свого часу методи вуалю­вання балансу були описані І. Шером, Н. Блатовим та іншими відомими вченими.

**До сучасних методів креативного обліку зазвичай відносять:**

* списання активів до придбання компанії;
* відстрочення компенсації за придбання компанії;
* виключення з консолідації компаній в очікуван­ні продажу;
* надзвичайні та незвичні статті;
* позабалансове фінансування;
* непередбачені зобов'язання;
* капіталізація витрат, зокрема відсотків і витрат на дослідження та розробки;
* капіталізація брендів;
* зміни в амортизаційній політиці тощо.

**Отже, методи креативного обліку можна узагаль­нити в такі групи:**

* вибір облікових оцінок;
* вибір і застосування методів бухгалтерського обліку;
* формальне відображення реальних господар­ських операцій;
* вибір стандартів бухгалтерського обліку.

Методи бухгалтерського обліку охоплюють ви­знання, оцінку та розкриття інформації у фінансовій звітності[5].

На практиці поширені такі типи «креативних» господарських операцій:

* операції через підприємства спеціального призначення;
* внутрішньо групові операції;
* взаємокомпенсуючі операції.

Поширення креативного обліку обумовило пошук шляхів для запобігання цьому явищу.

На думку І.Чалого, «...на шляху всього цього бух­галтерського неподобства мас повстати пильний, об'єктивний і розсудливий аудитор».

Більше того, в менш як 20% випадків, коли ауди­тор мав звітувати про шахрайство до центрального регуляторного агентства, такі звіти фактично були надані. Це пов'язано з досвідом аудитора і важливіс­тю клієнта.

Ф. Бутинець [2] наводить факти, коли в аудитор­ських звітах і висновках, що надавалися зовнішніми аудиторами банків, була підтверджена недостовірна фінансова звітність та інша інформація банків, яка суттєво перекручувала дійсний фінансовий стан бан­ків і результати їх діяльності, що було виявлено та підтверджено Національним банком України.

**МФБ рекомендує такі 10 кроків для скорочення «креативного обліку»:**

* Застосування та активний моніторинг ефектив­ного корпоративного кодексу етики.
* Керівництво корпорації має приділяти більше уваги ефективності фінансового менеджменту й кон­тролю.
* Необхідно зменшити спонукання надавати не­правдиву фінансову інформацію.
* Раді директорів потрібно вдосконалювати свій нагляд за менеджментом.
* Загрозам для незалежності аудитора слід при­діляти більше уваги в процесі корпоративного управління та з боку самих аудиторів.
* Ефективність аудиту потрібно підвищувати пе­реважно через більшу увагу до процесів контролю якості аудиту.
* Кодекс поведінки слід встановити для всіх уча­сників процесу фінансової звітності та здійснювати моніторинг відповідності.
* Необхідно посилити стандарти та регулювання аудиту.
* Треба посилити практику бухгалтерського об­ліку та звітності.
* Слід підвищити стандарти регулювання емі­тентів [1].

Ці рекомендації мають дещо загальний характер та сконцентровані на ставленні до етики.

На думку М. Метьюса і М. Перери, єдиним засо­бом стримування креативного обліку є розробка дов­гострокової професійної позиції, а бухгалтери мають увібрати в себе професіоналізм та етику [4, c.474]. Поряд із тим ті самі автори вказують далі на конф­лікт між професіоналізмом і меркантилізмом, вна­слідок чого цілі бухгалтерів і цілі суспільства не збі­гаються [4, c.524-525].

Ч. Мулфорд і Е. Коміскі всі вигоди від маніпулю­вання звітними даними поділяють на чотири групи (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Вигоди від маніпулювання звітністю**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Категорія*** | ***Вигоди*** |
| Вплив на ціну акцій | Зростання цін акцій Скорочення волатільності Зростання корпоративної вартості Зменшення вартості власного капіталу Зростання вартості опціонів на акції |
| Вплив на вартість позик | Поліпшення якості кредиту Підвищення кредитного рейтингу Зменшення витрат на позики |
| Вплив на бонусні програми | Зростання бонусів, що ґрунтуються на прибутку |
| Вплив на політичні витрати | Зменшення регулювання Уникнення високих податків |

Отже, готовність бухгалтерів діяти етично для за­побігання креативному обліку залишається відкри­тим питанням.

Тому покладатися лише на етику не можна. Слід розробити і реалізувати комплекс заходів, спрямова­них на послаблення конфліктів, які обумовлюють креативний облік.

По-перше, необхідні кардинальні зміни в ауди­торській практиці та її регулюванні. Обов'язковий аудит має грунтуватись не на угоді між аудитором і клієнтом, а на угоді між аудитором і регулятором. Саме регуляторний орган повинен контролювати якість фінансової інформації, що оприлюднюється.

Потребують також перегляду стандарти аудиту, передусім щодо змісту аудиторського висновку. В такому висновку необхідно не тільки відображувати відповідність фінансовій звітності встановленим стандартам, а й оцінювати перспективи діяльності підприємства.

По-друге, це тісно пов'язано з удосконаленням самої фінансової звітності: застосування єдиних стан­дартів фінансової звітності, які постійно вдоскона­люватимуться, та посилення контролю за їх дотри­манням також сприятимуть обмеженню креативного обліку.

По-третє, важливим є освітній напрям.

Із цього випливає, зокрема, необхідність всебіч­ного етичного виховання майбутніх професійних бух­галтерів.

Оскільки норми етичної поведінки є дуже важливими для професійних бухгалтерів, викладання етики доцільно виділити в окремий предмет. Поряд із тим у міру того, як студенти навчаються та набува­ють знань з інших дисциплін, доречно аналізувати реальні ситуації у бізнесі, пов'язані етичними диле­мами методичного характеру (зокрема, подання і тлумачення звітної інформації, прийняття рішень тощо).

Цікавим є досвід західних університетів, які за­початкували спеціальний курс «Захист від креатив­ного обліку», в якому розглядають методи виявлення випадків маніпулювання показниками звітності та запобігання ним.

Не слід також забувати про необхідність навчан­ня користувачів фінансової звітності, які мають ро­зуміти методи подання інформації у фінансовій звіт­ності та сутність її показників.

**Список використаної літератури:**

1) Александер Д. Международные стандарты финансовой отчетности: от теории к практике / Александер Д., Бриттон А., Йориссен А.; пер. с англ. В.И. Бабкина, Т. В. Седовой. – М., 2005. – 748 с.; 2)Бутинець Ф.Ф. Альфа і омега бухгалтерського обліку або моя болісна несповідь / Ф.Ф.Бутинець. – Житомир, 2007. – 328 с.; 3)Медведев М. Ю. Бухгалтерский словар / М.Ю. Медведев. – М., 2007. – 488 с.; 4)Мэтьюс М. Р. Теория бухгалтерского учета / М.Р. Мэтьюс, М.Х.Б. Перера; пер. с англ. Э.И.Гогия, Я.В.Молоток, И.А. Смирновой; под. ред. Я.В.Соколова, И.Я.Смирновой. – М., 1999. – 663 с.; 5)Моссаковський В. Види обліку в сучасних умовах та їх обґрунтування / В. Моссаковський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2002. - №6. – С.22-29.; 6)Творчі аспекти фінансової звітності // Вестник бухгалтера и аудитора Украины. – 2003. - №23-24. – С.2; 7) http://megadiplom.com.ua/item/4900/.