

Гуріна Н. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку, Національний університет державної фіскальної служби України, м. Ірпінь, Україна

ORCID ID: 0000-0001-9433-069X
e-mail: oblik2014@ukr.net

Гудим І. А., магістрант кафедри бухгалтерського обліку, Національний університет державної фіскальної служби України, м. Ірпінь, Україна

Економічна сутність креативного обліку та його застосування підприємствами України

Анотація. У статті розглядаються особливості креативного обліку в діяльності бухгалтера в сучасних умовах, історія розвитку, методика креативного обліку. Розглянуто способи, за допомогою яких публічні компанії можуть творчо маніпулювати своїми звітами про доходи: від модифікації самого доходу та креативної класифікації доходів до використання звітів про прибутки та збитки, що вводять в оману. На основі узагальнення положень спеціальної літератури стосовно теоретичних та методичних положень креативного обліку встановлено його позитивні та негативні особливості. З'ясовано, що усунення застосування креативного обліку на підприємствах є складним та довготривалим процесом. Описані маніпуляції фінансовою інформацією, яку називають «креативним обліком», підривають довіру суспільства до професії бухгалтера. Запропоновано шляхи запобігання практиці креативного обліку.

Ключові слова: креативний облік; бухгалтерський облік; професійна етика; творчий облік; управління прибутком; фінансова звітність.

Hurina Natalia, Ph.D. (Economics), Assistant Professor of the Department of Accounting, National State Tax Service University of Ukraine, Irpin, Ukraine

Hudym Iryna, Master's student of the Department of Accounting, National State Tax Service University of Ukraine, Irpin, Ukraine

The economic essence of creative accounting and its application by enterprises of Ukraine

Introduction. The article deals with the features of creative accounting in the activities of the accountant in modern conditions, the history of development, the methods of creative accounting. Described manipulations of financial information, which is called a creative accounting, which undermines the public's confidence in the profession of accountant.

Purpose. Detection and analysis on the basis of theoretical researches of the scientists of the peculiarities of the influence of creative accounting on increasing the efficiency of the enterprise. Determine the role of users of information, especially investors and owners, in the preparation of financial statements. Studying the peculiarities of corporate governance in order to anticipate fraud.

Results. The practice of creativity in accounting usually involves overstatement of assets and inventories, cost reductions, changes in depreciation methods, or provision of provisions in the form of an asset. The technical methods of accounting reflect the changes in accounting standards that take place to reduce manipulations with financial information.

Conclusions. Research shows that corporate governance is the best way to reduce the practice of creative accounting, the idea of which arose after major failures resulting from unethical bills, so at the moment actively contributes to reducing the manipulation of accounting. In some cases, the use of "creative" accounting and reporting methods is one of the evidence of unscrupulous leadership actions that are being pursued administratively and criminally in a market economy, since the massive application of such accounting methods has a negative impact on the main indicators of economic growth in the country. Most companies with negative intentions use methods of creative accounting, and as a result become the epicenter of scandals. Unethical behavior at enterprises is the reason for the lack of moral values, which can be both individual and professional.

Keywords: creative accounting; accounting; professional ethics; creative accounting; profit management; financial reporting.

JEL Classification: M29; M49; M41.

Постановка проблеми. У період економічної кризової ситуації підприємства все більше прагнуть представити інвесторам бажану картину бізнесу, застосовуючи бухгалтерську практику, яка частково або повністю не відповідає стандартам та принципам бухгалтерського обліку. Креативний облік не заборонений законом, але є неетичним, оскільки він

не відповідає основній меті фінансової звітності – представляти чесну та об'єктивну картину бізнесу. Виникає необхідність в розробці такої моделі креативного обліку, яка б сприяла діяльності організації, не порушуючи при цьому основних етичних норм; надавала б можливість знайти рішення, спрямовані на виявлення конкурентних переваг через

проведення діагностики сильних та слабких сторін діяльності, поглибленого дослідження тих явищ та об'єктів, які не розглядаються у типових видах підсистем сучасної української системи обліку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблематика застосування організаціями креативного обліку є об'єктом дискусій багатьох науковців. Наприклад, С. Шах зазначає, що креативний облік – це зброя, яка використовується фірмами у критичній ситуації [2]. Науковці Уоттс та Зімерман також роблять висновок, що творчий облік це не так вже й погано, якщо фірма демонструє певну гнучкість в правилах бухгалтерського обліку [3]. Діана Б. та Беатрис В. описують маніпулятивну поведінку користувачів, а також говорять про те, коли креативна практика бухгалтерського обліку може бути корисною для користувачів [4].

У даний час питаннями визначення економічної сутності креативного обліку, а також дослідженнями актуальності впровадження МСФЗ в Україні і за кордоном займаються багато вчених, а саме: Ф. Ф. Бутинець, З. В. Винник, М. П. Войнаренко, М. Гуля, С. Ф. Голов, Б. Т. Жаригласова, І. В. Жолнер, О. А. Заббарова, Д. В. Завальна, О. В. Замазій, В. М. Костюченко, Д. К. Ленський, Т. Н. Малькова, В. Мірошніченко, Р. Мушинська, В. Ф. Палій, Н. А. Пономарьова, Я. В. Соколов, О. В. Соловйова, А. Є. Суглобова, С. А. Стукотів, Л. С. Стукотів, С. Токар, А. Харченко. У роботах вищезазначених авторів не повною мірою виражені всі аспекти історичного розвитку креативного обліку та його особливості.

Словники містять різні визначення креативного обліку:

– «спроби менеджменту «валяти дурня» з бухгалтерським обліком з метою завищення чистого прибутку» [8, с.118];

– «використання бухгалтерського обліку для введення в оману користувачів замість належної допомоги ним» [2, с. 76];

– «форма обліку, яка, хоча й узгоджується зі всіма правилами і практикою, проте надає упереджене враження про фінансове становище і результати діяльності підприємства» [2, с. 64-65];

– «облік, спрямований на податкову оптимізацію» [11, с.444].

Метьюс М. Р. та М. Х. Перера вважають, що креативний облік має подвійну природу, а тому можна дати подвійне його визначення: у позитивному прояві – це будь-який метод обліку, що не відповідає загальноприйнятій практиці або встановленим стандартам або принципам, але забезпечує висвітлення стану справ у компанії; у негативному прояві – це процес підгонки звітів підприємства, щоб вони подавали його діяльність в більш прийнятному та вигідному світлі в очах акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених осіб [7, с.457- 458].

На території України інструментарій креативного обліку ще не знайшов широкого спектра застосування. Це пов'язано насамперед з тим, що нині небагато наукових праць присвячено дослідженню цієї наукової царини. Деякі науковці все-таки приділяють увагу дослідженню питань особливостей креативного обліку та можливості застосування його механізмів на сучасних українських підприємствах, які б не суперечили нормам чинного законодавства в Україні.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є виявлення та аналіз на основі теоретичних досліджень науковців особливостей впливу креативного обліку на підвищення ефективності підприємства, визначення ролі користувачів інформації, особливо інвесторів та власників, в ході підготовки фінансової звітності, вивчення особливостей застосування корпоративного управління з метою передбачення шахрайства.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Творчий облік» являє собою сукупність законних методів, за допомогою яких бухгалтер, використовуючи свої професійні знання, підвищує привабливість фінансової звітності для зацікавлених осіб і знижує податковий тягар для компанії, на яку працює.

Поняття креативності було введено представниками англо-американської школи в ході розробки теорії бухгалтерського обліку в контексті агентської теорії. Її головними представниками можна вважати: Шпруга, Літлтона, Патона, Мейя, Гаррісона, Свінея, Хігінса, Антоні. Кожен з них вніс свій внесок у розвиток бухгалтерського обліку (табл. 1) [10].

Таблиця 1 Представники англо-американської бухгалтерської школи та їхні підходи до бухгалтерського обліку

Представник	Вид підходу	Опис
В. Є. Патон	Персоналістичний	У 1920-х роках закони США вимагали, щоб акції оцінювалися за номіналом. Це положення піддавалося критиці, і Патон запропонував відхилення від номінальної вартості акцій відображати на спеціальних рахунках. Патон вимагав проводити переоцінку кожного виду цінностей за поточними ринковими цінами. Цей підхід підтримував Р. Стівенсон, але Л. Міддлдітч і Р. Кестер виходили з того, що на рахунках повинна зберегтися оцінка за собівартістю, а баланс може бути скоригований за ринковими цінами.
А. Ч. Литтлтон	Інституціоналістичний	Проводив розходження між категорією ціни в політичній економії, де вона визначалася попитом і пропозицією, і в бухгалтерському обліку, де вона вимірювалася витратами. Він відстоював ідею оцінки за фактичними витратами. Переоцінку за очікуваними прибутками він відкидав як свідомо некоректну процедуру. Найяскравішими захисниками оцінки за собівартістю були Р. Антоні і Ю. Ідзірі. Вони вважали, що так звана історична оцінка відрізнялася реалістичністю, простотою в роботі, позбавляла облік від неминучого в іншому разі суб'єктивізму і складних процедур, пов'язаних із переоцінкою засобів і фінансових результатів.
А. Раппопорт, Г. Е. Фертих, А. Ч. Літлтон, В. К. Цимерман	Соціологічний	На думку вчених, кожне теоретичне положення обліку впливало на суспільство і кожне положення повинно прийматися чи відхилятися залежно від його соціального ефекту. Метою соціальної бухгалтерії було розкриття суперечливих інтересів різних суспільних груп. На думку вчених, бухгалтерська методологія є одним із каталізаторів суспільного розвитку, яка приносить максимальний соціальний ефект. Цей напрям виражав ліберальні тенденції американського суспільства, підкреслював соціальну відповідальність корпорацій.
Г. Г. Мілер, Л. Л. Брукс, С. Зефф, М. Мунітц	Економічний	Учені вважали, що мета бухгалтерського обліку полягає в контролі та оцінці економічних показників, у забезпеченні умов для досягнення максимальної ефективності виробництва. У зв'язку з цим керівництво підприємства повинно вибирати ті методологічні бухгалтерські прийоми, які забезпечують зростання національного добробуту
К. Т. Девіне	Біхевіористичний	Учений звернув увагу на те, що обліковий процес – це поведінка бухгалтерів у різних службових ситуаціях, тому мета обліку – це вироблення способів впливу на поведінку спочатку бухгалтерів, а через них і на всіх зайнятих у господарській діяльності. Бухгалтер передбачає поведінку цих людей. Методи бухгалтерського обліку повинні вибиратися залежно від поведінки людей. Представники біхевіористичного підходу залучали складний математичний апарат для побудови бухгалтерських концепцій.
Е. А. Свіней	Психологічний	З початку ХХ століття для американської школи бухгалтерського обліку було характерно підкреслення інтересів осіб, зайнятих у господарських процесах. Поглиблення такого підходу призвело до розгляду людської психіки і поведінки людей на виробництві. Управляти людьми – це означає вміти карати і заохочувати, тобто використовувати негативні і позитивні стимули
Д. Г. Сортер	Інформаційно-подійний	Вважав, що традиційна бухгалтерія виходить із трактування предмета як вартості або як вартісної оцінки об'єктів, що враховуються. В основу обліку має бути покладено інформаційну подію, під якою розуміється інформаційна одиниця про факт господарського життя. Виділення, пошук таких одиниць становить сутність обліку. Подією, за якою в кінцевому підсумку реконструюється звіт, виступає факт господарського життя, але предметом обліку, подією для бухгалтера є первинний документ, що несе певну інформацію. Головна перевага даних – їхня корисність. Бухгалтер повинен вимірювати і фіксувати в обліку цю корисність, приховану в інформаційних подіях.

Джерело: складено автором на основі джерел [1-3, 9-12]

Дослідження вищезазначених науковців також доводять, що корпоративне управління є найкращим способом зменшення практики креативного обліку, ідея якого виникла після великих невдач, отриманих через неетичні ведення рахунків, тому на даний

момент активно сприяє зниженню маніпуляцій з бухгалтерією.

Фактори, які мають безпосередній вплив на складання фінансової звітності, можуть бути повністю підконтрольними корпоративному управлінню (рис.1).



Рисунок 1 – Фактори впливу на правильність відображення інформації у фінансовій звітності

Джерело: узагальнено авторами

Маніпулювання фінансовою інформацією залежить від маніпулятивної поведінки. Однією з них є «макрomanipуляція», а інша – «мікрomanipуляція». Перша полягає в тому, що користувачі фінансової інформації, які є найбільш зацікавленими, усвідомлюють, що найближчі зміни не будуть сприятливими для них, тому вони починають лобювати їх шляхом переконання своїх супутників відкинути нові правила. Під час мікрomanipуляції ці самі користувачі намагаються приховати справжні результати, щоб утримувати зацікавлених сторін від істини та показати їм неправильну картину на індивідуальному рівні [5].

Практика креативу в бухгалтерському обліку зазвичай містить завищення активів та запасів, зменшення витрат, зміни методів амортизації або подання резервів у вигляді активу. Технічні методи бухгалтерського обліку відповідають змінам стандартів бухгалтерського обліку, що відбуваються з метою зменшення маніпуляцій з фінансовою інформацією. Проте такі зміни в стандартах бухгалтерського обліку часто призводять до нових можливостей для маніпулювання звітністю. Хоча суб'єкти господарювання дотримуються стандартів бухгалтерського обліку, вони також використовують "лазівки" для покращення ключових фінансових показників. Тому дуже важливо прийняти заходи, які запобігатимуть зловживання творчими методами бухгалтерського обліку.

Розробка та вдосконалення стандартів бухгалтерського обліку виявляють той факт, що історична собівартість поступово замінюється справедливою вартістю, яка приховує реальне фінансове становище та прибуток. Звітність, заснована на справедливій вартості, привертає увагу акціонерів до капіталу та дозволяє оцінити та оптимізувати адміністративну функцію на підприємстві.

Ключовим аргументом при переході на креативний облік є рентабельність, що означає стан отримання прибутку або ступінь корисності бізнесу. Без рентабельності бізнес не виживе в довгостроковій перспективі й, навпаки, високорентабельний бізнес має можливість винагородити своїх власників із великою віддачею від своїх інвестицій. Тому виникає необхідність у штучному досягненні прийнятної

фінансової діяльності, інакше фінансовий стан організації може поставити під загрозу зв'язки з кредиторами та акціонерами, погіршити його здатність фінансувати необхідні ініціативи та, можливо, навіть поставити під загрозу його існування.

Частка ринку має потенціал для збільшення прибутку. Зростання частки малого ринку означає дуже великі продажі. Через ці висновки багато компаній прагнули збільшити частку ринку, щоб підвищити рентабельність. Вони стверджували, що більша частина ринкової частки, як правило, виробляє більшу вигоду лише тоді, коли витрати на одиницю падають зі збільшенням частки ринку, або коли компанія пропонує вищий товар і покриває преміальну ціну, яка більше, ніж покриває вартість пропонування вищої якості.

Розповсюдженням прикладом маніпуляцій доходами є операції з пов'язаними сторонами, коли операції з продажу відбуваються внаслідок домовленості з клієнтом, який може не мати однакових повторюваних потенціалів самостійного фінансування операції з не пов'язаною стороною, або операції з контрактами, які можуть враховуватися як за методом відсотка від завершення, так і за методом завершеного контракту. Перші можуть легко зловживати компаніями, агресивно оцінюючи їхній прогрес.

В ході корпоративного управління ефективним є залучення професіоналів до фінансових рішень, що може створити довіру зацікавлених сторін на підприємстві. В першу чергу, кваліфіковані бухгалтери можуть допомогти компаніям у використанні креативних методів бухгалтерського обліку.

Максимальний ефект для великих компаній здійснюють незалежні аудитори, адже їхні рішення в основному формуються за правилами, політикою та судженнями організації. Ці речі відіграють ключову роль у формуванні етичних рішень аудитора, що несе відповідальність за справедливість звіту. Він може вирішити, чи буде остаточний звіт компанії співвідноситись з грошовими потоками та іншими операціями. Для цього використовується метод нарахувань, оскільки будь-яке шахрайство у операції важко знайти, адже керівництво може використовувати змінену дату. Етичні методи

креативного обліку полягають у тому, щоб допомогти зовнішнім аудиторам підвищити ефективність та точність пошуку будь-яких шахрайських дій. Зовнішній аудитор повинен вміти диференціювати фінансову помилку та шахрайство, та передбачати майбутні випадки з можливістю їх уникнення. Забезпеченню повної інформативності у зовнішніх аудиторів має сприяти корпоративне управління на підприємстві.

Висновки. На основі узагальнення положень спеціальної літератури стосовно теоретичних та методичних положень креативного обліку установлені його позитивні та негативні особливості. Усунення застосування креативного обліку на підприємствах є

складним та довготривалим процесом. Дослідження науковців доводять, що корпоративне управління є найкращим способом зменшення практики креативного обліку, ідея якого виникла після великих невдач, отриманих через неетичні ведення рахунків, тому на даний момент активно сприяє зниженню маніпуляцій з бухгалтерією. Більшість компаній з негативними намірами використовують методи креативної бухгалтерії, і, як наслідок, стають в епіцентрі скандалів. Неетична поведінка на підприємствах є причиною відсутності моральних цінностей, яка може бути як індивідуальною, так і професійною.

Література:

1. Уотс Р. Л., Зімерман Дж. Л. Позитивна теорія бухгалтерського обліку: десятирічна перспектива. *Бухгалтерський огляд*. 2010. № 65 (1). С. 131-156.
2. Офіційна термінологія CIMA. [Видання 2005]. CIMA Publishing, Oxford, 2005. 114 с.
3. Творчий облік та фінансова звітність: розробка моделі та емпіричне тестування. *Міжнародний журнал економіки та фінансових питань*. 2015. № 5 (2). С. 544-551.
4. Діана Б., Беатріс В. Творчий бухгалтерський облік - гравці та їхні здобутки та втрати. *Аннали факультету економіки*. 2010. № 1 (2). С. 813-819.
5. Гоутроп С., Амаат С. Творчий облік: деякі етичні питання макро- та мікро-маніпуляцій. *Журнал ділової етики*. 2015. № 57. С. 55-64.
6. Паркер Р. Х. Макміллан. Словник бухгалтерського обліку. [2-е вид.]. London: The Macmillan Press Ltd., 2012. 307 р.
7. Шах С., Бутт С., Тарік І. Використання або зловживання творчими методами бухгалтерського обліку. *Міжнародний журнал торгівлі, економіки та фінансів*. 2011. № 2 (6). С. 531-536.
8. Зігель Дж. Г. Словник термінів обліку. [4-е вид.]. New York: Barrons, 2005. 506 р.
9. Голов С. Креативний облік – загроза професії та суспільству. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 1. С. 31-42.
10. Кантаєва О. В. Історичні аспекти і сучасні підходи до розгляду значення креативного обліку в Міжнародних стандартах фінансової звітності. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2013.
11. Медведєв М. Ю. Бухгалтерський словарь. М.: ТК Велбі, Изд-во Проспект, 2009. 488 с.
12. Панченко І. А. "Креативний облік" як засіб маніпулювання величиною фінансових результатів обліку. *Економічні науки. Серія "Облік і фінанси"*. 2012. Вип. 9(33). Ч. 3.

References:

1. Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. (2010). Positive accounting theory: a ten year perspective. *Accounting Review*, 65(1), 131-156.
2. CIMA Official Terminology. [2005 Edition]. CIMA Publishing, Oxford, 2005.
3. Creative Accounting and Financial Reporting: Model Development and Empirical Testing. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2015, 5(2), 544-551.
4. Diana, B., Beatrice, V. A. (2010). Creative accounting – players and their gains and loses. *Annals of Faculty of Economics*, 1(2), 813-819.
5. Gowthorpe, C., Amat, S. (2015), *Creative accounting: some ethical issues of macro- and micro-manipulation*. *Journal of Business Ethics*, 57, 55-64.
6. Head, C. (2011). Creative accounting - a threat to the profession and society. *Accounting and Audit*, 1, 31-42.
7. Kantayeva, O. V. (2013). Historical Aspects and Modern Approaches to Considering the Value of Creative Accounting in International Financial Reporting Standards. *Bulletin of the University of Banking of the National Bank of Ukraine*.
8. Medvedev, M. Yu. (2009). Accounting book. M.: T.K. Velbi, Izd-o Prospek.
9. Panchenko, I. A. (2012). "Creative accounting" as a means of manipulating the size of financial results of accounting. *Economic sciences. Series "Accounting and Finance"*, 9 (33).
10. Parker, R. H. (2012). *Macmillan Dictionary of Accounting* [2nd ed.]. London : The Macmillan Press Ltd.
11. Shah, S., Butt S., Tariq, Y.B. (2011). Use or abuse of creative accounting techniques. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(6), 531-536.
12. Siegel, J. G. & Shim, J. K. (2005). *Dictionary of Accounting Terms* [4th ed.]. New York : Barrons.

