

# БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

Н. А. Соколова<sup>1</sup>

канд. экон. наук, доцент кафедры статистики, учета и аудита Санкт-Петербургского государственного университета

## КРЕАТИВНЫЙ УЧЕТ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Мы стоим перед поразительным фактом, что из массы публикуемых ежегодно балансов, может быть, ни один не отвечает требованиям логики.

*Т. Губер*

Нежелательно верить предположению, когда нет никаких оснований считать его истинным.

*Б. Рассел*

### Введение

Экономический кризис начала XXI века показал, что финансовая отчетность должна выполнять функцию обеспечения пользователей финансовой информацией *полезной для принятия управленческих решений*. В противном случае она (финансовая отчетность) является малоэффективной, а в отдельных случаях даже губительной, подтверждением чего стали банкротства крупнейших публичных компаний, связанные с фальсификацией отчетности. Любые искажения в бухгалтерской отчетности в той или иной степени могут нанести вред заинтересованным пользователям, поскольку возрастает риск неверных решений, принимаемых ими на основе анализа бухгалтерского баланса и других форм отчетности. Какую роль в этом может сыграть креативный учет?

### Дефиниции креативного учета

Понятие *креативный учет* сегодня активно используется в России. Так что еще один из заимствованных терминов прочно укоренился в русском языке. Английское *creative* в переводе означает *творческий, созидательный*, а сам термин «*креативный учет*» в различных источниках переводится как творческий, инновационный учет. Но действительно ли креативный учет — это новая учетная категория или же все-таки — хорошо забытая старая?

Термин «creative accounting» появился в конце прошлого столетия, в 1986 г., благодаря британскому журналисту, экономическому обозревателю Й. Гриффитсу. «Каждая компания стремится приукрасить свои финансовые показатели. Цифры, которые скармливаются инвесторам, изменяются бухгалтерами до не-

<sup>1</sup> Эл. адрес: nat-sokol-spb@yandex.ru

узнаваемости», — писал он в своей книге «Креативный учет» (Griffits, 1986). «Самая изысканная уловка со времен Троянского коня» — так он охарактеризовал это направление в учете.

С тех пор термин «креативный учет» стал активно использоваться в экономическом языке. Однако необходимо отметить, что и по сей день не существует однозначного определения этого понятия. В частности Оксфордский словарь английского языка определяет его в узком контексте как использование «лазеек» в бухгалтерских регулятивах с целью приукрашивания реального финансового состояния той или иной фирмы (Oxford English Dictionary, 1989). Более широкое определение дают исследователи Ч. В. Малфорд и Е. Е. Комиски: «креативный учет — это совокупность всех приемов игры финансовыми показателями как в рамках разрешенных бухгалтерскими регулятивами, так и за их пределами, с целью воздействия на принятие решений пользователями бухгалтерской информации» (Mulford and Cominsky, 2002, p. 15).

Однако не следует забывать, что об этих играх финансовыми показателями, о креативных подходах в бухгалтерском учете в России дискутировали еще в начале прошлого столетия. Правда, вместо термина «креативный учет» использовался термин «балансовая политика». Так, в частности И. Ф. Шер в 1925 г. в своей работе «Бухгалтерия и баланс» писал о «сознательном воздействии на форму и содержание публикуемых балансов» (Шер, 1925, с. 293). Именно в этом труде впервые было раскрыто понятие вуалирования в бухгалтерском учете, под которым автор понимал такую форму составления баланса, которая делает хозяйственные факты неясными или трудно воспринимаемыми, так что получается неточная или неправильная картина экономического положения соответствующего предприятия. Профессор И. Ф. Шер отмечал, «что разработка темы вуалирования баланса позволяет пролить свет на тайны балансовых мастеров, ставящих своей задачей на основе разнообразных мотивов представить в лучшем или худшем свете положение и размеры имущества предприятия и доходность последнего, чем это следует непосредственно из правильного счетоводства, скрыть деловые факты, затушевать их, придать им непрозрачный вид, вообще так преобразовать имущественный и исходный баланс по форме или содержанию или в обоих этих направлениях, что для непосвященных действительное положение дел становится замаскированным, завуалированным» (Шер, 1925, с. 455). Все эти приемы Шер называл балансовой политикой.

Сегодня многие исследователи выступают против использования термина «креативность» в учете, аргументируя это тем, что бухгалтерский учет — это наука, а не искусство. А креативность, творчество — это, скорее, характеристики свойственные искусству, нежели науке. Так, профессор Р. Р. Стерлинг определяет искусство как антитезу науки (Sterling, 1975, p. 216), а профессор Ф. Ф. Бутинец подчеркивает, что учет никогда не был ни искусством, ни ремеслом (Бутинец, 2007, с. 6). С этой позиции для определения различного рода манипуляций с приукрашиванием бухгалтерской отчетности более правомерно использование термина «балансовая политика», а не «креативный учет». Однако В. Д. Белов еще в 1893 г. отмечал, что «научно подготовленный бухгалтер — ... это художник, полностью свободный в своей творческой деятельности» (Белов, 1893, с. 50). Рассмотрим, что же толкает бухгалтера на «творчество» в бухгалтерском учете.

### **Причины возникновения креативного учета**

Возможность применения техник и приемов креативного учета получила свое развитие в конце XIX в. в первую очередь в европейских странах в связи

с бурным развитием деятельности корпоративных образований<sup>1</sup>. Корпоративная форма организации бизнеса характеризуется размежеванием интересов пользователей бухгалтерской информации: с одной стороны выступают основные владельцы, заинтересованные в минимизации прибыли с целью снижения налогового бремени, с другой стороны — инвесторы, заинтересованные в максимизации прибыли, в росте курса акций и дивидендных выплатах. Более того, с разделением функций собственности и управления у менеджеров возникает стимул представлять позитивную, или приукрашенную отчетность лицам, вложившим или собирающимся вложить в предприятие свой капитал, в то время как частный собственник, самостоятельно управляющий предприятием, вряд ли станет прибегать к творческим приемам для выяснения состояния дел своего предприятия. Многие авторы объясняют возможность применения креативного учета с помощью агентской теории, созданной Алчианом и Демсетцем (Alchian and Demsetz) и расширенной затем Дженсенем и Меклингом (Jensen and Meckling) (Мэтьюс, Перера, с. 202).

Столкновение потребностей в составе и содержании информации для разных групп пользователей бухгалтерской отчетности продиктовало необходимость достижения определенного согласия интересов при формировании отчетности. Бухгалтерский учет отреагировал на эту двойственность созданием балансоведения, в рамках которого начались жаркие дискуссии по поводу наилучшего представления данных в бухгалтерской отчетности и возможностей балансовой политики.

Надо отметить, что родиной креативного учета стали государства с англосаксонской моделью бухгалтерского учета, которых отличает широта допустимых способов формирования бухгалтерской отчетности и относительно слабое по сравнению с континентальной моделью законодательное регулирование. В данной учетной школе существенная роль при квалификации фактов хозяйственной жизни отводится *бухгалтеру и профессиональному суждению*, которое он выносит. Бухгалтер здесь выступает как аналитик, а не как «учетчик». Это усиливает субъективный характер данных учета, поскольку суждение — это прежде всего мнение, основанное на знаниях, умениях и опыте конкретного специалиста (Генералова, 2005, с. 57).

Таким образом, один и тот же факт хозяйственной жизни может быть отражен по-разному, вплоть до признания или непризнания, в силу профессионального суждения того или иного составителя финансовой отчетности — в этом и проявляются «элементы творчества» в бухгалтерском учете. Это приводит к различному содержанию, оценке и раскрытию информации об элементах финансовой отчетности (активах, обязательствах, капитале, доходах и расходах).

Новый виток развития креативного учета в последние десятилетия вызван постоянным усложнением правил признания, оценки и отражения фактов хозяйственной жизни. Очевидно, что чем сложнее техника представления информации, тем легче ее представить в нужном свете, завуалировать корректирующие записи и ввести в заблуждение пользователей. Неконкретность и гибкость законодательных норм, регулирующих бухгалтерский учет, усугубляются существованием таких тонких и сложных понятий, как, например, «достоверный и добросовестный взгляд». На практике такие понятия часто позволяют выносить субъективные заключения и дают свободу выбора.

<sup>1</sup> Так, в 1870 г. в Германии был принят закон «Об акционерных обществах», в Великобритании в 1862 г. «Закон о компаниях», во Франции в 1867 г. был принят закон «Об обществах», все они впервые регламентировали выпуск отчетности акционерными обществами.

Результатом подобных злоупотреблений стали финансовые скандалы с такими известными корпорациями, как WorldCom<sup>1</sup>, Enron<sup>2</sup>, Parmalat.

### Классификация видов креативного учета

Суммируя все упомянутые точки зрения, определим креативный учет как осознанное воздействие на форму и содержание бухгалтерского баланса с целью формирования показателей, соответствующих заранее заданным стратегическим целям развития организации. Еще в 1931 г. известный балансовед Н. А. Блатов определил, что это воздействие может быть двух видов: вуалирование и фальсификация. «*Вуалирование* иногда происходит не в силу злого умысла, а по незначению или некоторой неряшливости составителей баланса. Нередки случаи, когда вуалирование делается преднамеренно — вуаль набрасывается на те неприглядные места баланса, которые хочется скрыть от любопытного взора. *Фальсификация* представляет собой сознательное нарушение требования верности, правдивости баланса, в результате которого баланс становится фальсифицированным. Фальсификация всегда бывает преднамеренной и является балансовым преступлением» (Блатов, 1931, с. 134). Сам Блатов не проводил четкой границы между двумя видами «бухгалтерского творчества», отмечая, что умышленное вуалирование очень близко к фальсификации.

Сегодня под *вуалированием* понимают искажение отчетных показателей при использовании способов бухгалтерского учета, допускаемых нормативными документами. Современные регулятивы бухгалтерского учета содержат достаточно много альтернативных методов отражения фактов хозяйственной жизни. Это методы учета условно-постоянных расходов, методы оценки запасов, способы начисления амортизации и другие. В умелом манипулировании этими методами и кроется собственно креативный учет, обусловленный возможностью выбора наиболее приемлемого способа оценки или учета объекта в рамках альтернативных вариантов, предлагаемых регулятивами, что находит отражение в учетной политике. Последняя формируется администрацией и может стать как инструментом, способствующим отражению достоверности отчетности, так и способом управления показателями в чьих-либо интересах. Так, закрепляя в учетной политике метод учета, лоббирующий чьи-то интересы, администрация придает этому искажению легитимный характер. И хотя пользователь отчетности может не иметь в данном случае претензий, он будет введен в заблуждение.

И. Ф. Шер отмечал, что «...правдивость баланса, согласно юридическому пониманию, не всегда является также правдивостью и в хозяйственном смысле, и мы должны признавать при известных обстоятельствах баланс (исходя из точки зрения хозяйственной правдивости) вуалированным также и в тех случаях, когда он вполне соответствует, согласно юридическому пониманию, принципу правдивости и ясности» (Шер, 1925, с. 456—457).

Другое дело, когда преднамеренно нарушаются требования нормативных актов с целью создания субъективного представления о финансовом состоянии

<sup>1</sup> В 2003 г. крупнейшая американская телекоммуникационная компания WorldCom была объявлена банкротом. В ходе расследования выяснилось, что WorldCom скрыла значительную часть своих расходов. Выяснилось, например, что фактически произведенные ею платежи за аренду мощностей телефонных сетей по всему миру не были отражены в составе расходов отчетного года. Вместо этого компания неоправданно увеличила свои активы и прибыль путем капитализации деловой репутации, под которой имелась в виду признательность клиентов, пользующихся телефонными сетями (Райс, 2006, с. 278—279).

<sup>2</sup> Банкротство Enron было признано крупнейшим в американской истории. Рыночная цена потерь корпорации составила 75 млрд долл. Публикуя фальсифицированную отчетность, руководители компании искусственно и во много раз завышали рыночную стоимость акций.

предприятия, результатах его деятельности — в этом случае говорят о фальсификации. Западные ученые называют это направление креативного учета агрессивным учетом (Mulford and Cominskey, 2002, p. 15; Jones, 2011 p. 10). Часто используются также такие выражения, как «подтасовка, подгонка счетов» («fiddling the books», «cooking the books»), «косметическая отчетность» («cosmetic reporting») и «оформление витрины» («window-dressing the accounts»).

Возможно ли в принципе существование «идеальной отчетности», объективно отражающей финансовое положение и отвечающей всем требованиям нормативных предписаний? Только в теории. Однако пользователи отчетности нередко искренне убеждены, что достоверность отчетности определяется соблюдением требований нормативных предписаний. Это одно из распространенных заблуждений. Выполнение всех нормативных предписаний не приведет к объективному результату хотя бы потому, что воплощенные в них принципы учета нередко содержат внутренние противоречия.

Кроме того, не следует забывать, что отчетность — это информационное отражение материального мира. Язык бухгалтерского учета, созданный для замены реальных объектов их символами, позволяющими описать хозяйственную деятельность и ее результаты, так или иначе упрощает и (или) искажает действительность. Глубина этих различий определяется смысловыми противоречиями между содержанием хозяйственного факта и его «заменителем», сформированным через принципы, методы и приемы обработки информации в бухгалтерском учете. Накапливаясь, эти системные искажения приводят к иллюзорному восприятию производимой системой информации как полностью адекватной поставленным задачам и абсолютно соответствующей реальной действительности. Вместе с тем, «как отретушированная фотография может улучшить изображение человека, так и отчетность, представленная надлежащим образом, может дать картинку об имущественном и финансовом потенциалах фирмы, несколько отличающуюся от реального положения дел» (Ковалев, 2004, с. 133).

### Основные стратегии и методы креативного учета

Основные приемы вуалирования и фальсификации были изложены еще балансоведами начала XX в.: Н. А. Блатовым, Н. Р. Вейцманом, П. Герстнером, Н. А. Кипарисовым, А. И. Лозинским, И. Ф. Шером.

Так, в частности, Шер описал следующий комплекс подходов творческого учета: 1) отсутствие четкого расчленения некоторых статей отчетности; 2) соединение разнородных имущественных ценностей; 3) представление в общих итоговых суммах разнородных ценностей; 4) разложение статей, составляющих одно целое и 5) компенсирование статей актива статьями пассива. Главным образом Шер предлагал обыгрывать феномен неопределенности бухгалтерского учета: «самая балансовая терминология вообще столь произвольна и неясна, что можно без особых трудностей сознательно использовать эту неясность в целях вуалирования. Названия часто охватывают не только совершенно неопределенные понятия, но нередко одно и то же выражение может употребляться в совершенно различном смысле» (Шер, 1926, с. 457).

П. Герстнер писал о «различных ухищрениях вроде перестановки статей, соединении нескольких статей в одну, особых неясных обозначениях, не говоря уже о возможных затушевках, подкрашивании, причисывании и завивке баланса» (Герстнер, 1926, с. 53).

И действительно одну из самых востребованных техник вуалирования можно определить как группировку статей баланса и других отчетных форм. Поскольку жестких предписаний в отношении структурной наполняемости статей

нет, варьируя составом статей, можно в известных пределах влиять на восприятие картины об имущественно-финансовом положении фирмы. «Устраивающей всех, т. е. в некотором смысле оптимальной, отчетности не существует в принципе. Любой конкретный пользователь приведет множество причин в обоснование своей неудовлетворенности отчетностью: например, не те оценки, не те группировки, недостаток данных, перегруженность данными и т. д.» (Ковалев, 2011, с. 86).

Все эти технические приемы вуалирования и фальсификации преследуют разные стратегические задачи, которые, обобщая позиции современников и балансоведов начала XX в., можно свести к следующим.

**Стратегия 1. Завышение доходов.** Реализация данной стратегии возможна: 1) посредством отражения будущих продаж в текущем периоде (в соответствии с принципом начисления выручка и расходы, связанные с ее получением, должны признаваться в одном и том же отчетном периоде, однако на границе отчетных периодов компании нередко нарушают этот принцип: например, выручка признается в одном отчетном периоде, а расходы, связанные с ее получением, — в следующем); 2) за счет искусственного завышения объемов продаж (путем осуществления оборотов между взаимосвязанными организациями); 3) с помощью манипуляции трансфертными ценами в бартерных сделках (так, например, использование сторонами сделки максимально возможной рыночной цены на обмениваемый товар позволяет оптимизировать величину налога на добавочную стоимость (НДС) и завязать расходы, уменьшающие налогооблагаемую прибыль) и пр.

**Стратегия 2. Занижение расходов.** Данная стратегия, по сути, преследует достижение той же цели, что и первая, а именно: максимизации финансового результата, повышения инвестиционной привлекательности. Однако объектом вуалирования в данном случае выступает другой элемент, не доходы фирмы, а ее расходы. Надо отметить, что арсенал инструментов вуалирования в данном случае более разнообразен. В самом деле, согласно правилу великого итальянского бухгалтера Дж. Дзаппы доходы предприятия очевидны, а расходы всегда сомнительны (те расходы, которые сопоставляются с доходами) (Соколов, 1996, с. 205). Это обусловлено тем, что расчет себестоимости затрат, связанных с получением доходов условен.

Во-первых, это связано с возможностью выбора различных учетных технологий из числа предусмотренных бухгалтерскими стандартами с целью занижения расходов: выбор способа списания запасов, методов начисления амортизации основных средств и т. п. Так, например, выбор метода ФИФО для оценки запасов в условиях роста цен позволяет минимизировать расходы отчетного периода, параллельно завышая оценку запасов, отражаемых в балансе.

Во-вторых, это связано с возможностью капитализации затрат, которые должны быть списаны в текущем отчетном периоде. Если расходы капитализированы, они не уменьшают финансовый результат текущего отчетного периода, это расходы будущих периодов, т. е. по терминологии Э. Шмаленбаха — расходы, которые еще не стали доходами.

Крупнейшей в истории «ошибкой» отнесения расходов к капитализируемым, а не к текущим, является история компании WorldCom (телекоммуникационной компании). Еще в 1999 г. эта компания достигала суммы капитализации 185 млрд долл., а в 2002 г. под давлением собранных доказательств она признала наличие значительных финансовых махинаций и объявила себя банкротом. В 2006 г. ее продали (уже под именем MCI) за 6,7 млрд долл. Согласно открытым источникам информации в составе огромных махинаций, благодаря которым, например, в 2000 г. при реальном убытке в 48,9 млрд долл. компания

задекларировала прибыль 4,6 млрд долл., содержались и махинации с расходами, которые должны были быть списаны в текущем периоде, но вместо этого капитализировались. Общий объем подобных нарушений с капитализируемыми расходами превысил 10 млрд долл. Это намного больше, чем в случае с раскрытыми махинациями корпорации Enron, которая завысила прибыль приблизительно на 1 млрд долл. (Райс, 2006, с. 286).

В-третьих, занижение расходов может быть обусловлено манипуляцией с оценочными резервами. В частности, отказ от создания оценочных резервов позволяет завысить величину активов и занижить величину расходов в бухгалтерской отчетности. В российской практике к оценочным резервам относятся резервы под снижение стоимости материальных ценностей, под обесценение финансовых вложений и резерв по сомнительным долгам<sup>1</sup>. Последний долгое время относился к разряду инициативных резервов (формируемых по инициативе администрации). Однако надо отметить, что начиная с 2011 г. создание всех оценочных резервов является обязательным. Поэтому отказ от создания оценочных резервов сегодня — это не только вуалирование, но и фальсификация.

С другой стороны, создание резервов без существенных обоснований также является приемом манипуляции с финансовым результатом, так как в этом случае искусственно занижается финансовый результат отчетного периода.

И наконец, нельзя не упомянуть о методе «большой ванны» («big bath»), так популярном на Западе. Это метод управления расходами, предусматривающий искусственное преувеличение убытков текущего года с тем, чтобы рост доходов в будущих периодах показался бы особенно впечатляющим для инвесторов и иных заинтересованных пользователей отчетности. Эта техника обычно используется в той ситуации, когда компания под влиянием многочисленных факторов несет реальные убытки и сознательное занижение финансового результата не приводит к кардинальным изменениям картины финансового положения. При смене менеджмента данная техника позволяет в более выгодном свете представить новое руководство, роняя тени на старое.

**Стратегия 3. Завышение или занижение оценки активов и обязательств.** Искажение оценок активов и обязательств также позволяет манипулировать величиной финансового результата. Так, завышение стоимости активов и занижение обязательств позволяет увеличить размер прибыли, и, следовательно, завысить величину собственного капитала, и наоборот, занижение актива и завышение обязательств способствуют искусственному занижению финансового результата, а в некоторых случаях даже предопределяют возникновение фиктивного убытка.

Реализация данной стратегии возможна благодаря следующим бухгалтерским процедурам.

Во-первых, это переоценка основных средств, обусловленная неравномерной динамикой рыночных цен, приводящей к искаженному представлению о реальной стоимости основных средств, а следовательно, к недостоверному определению суммы амортизационных отчислений, себестоимости товаров или услуг, рентабельности, налогооблагаемой базы. Особенно резко это проявляется в периоды, когда наблюдаются высокие темпы инфляции. Несомненно, элемент субъективности, который присутствует в процессе переоценки основных средств, открывает двери возможностям манипулирования данными оценками

<sup>1</sup> МСФО, помимо признания снижения стоимости финансовых активов, и в том числе дебиторской задолженности (регулируется МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»), и запасов (МСФО (IAS) 2 «Запасы»), предусмотрено уточнение оценки нематериальных активов, основных средств и инвестиционной недвижимости (МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов»).

для достижения поставленных целей (Jones, 2011, p. 57). Так, искусственное завышение стоимости основных средств в результате недобросовестной переоценки дает администрации фирмы возможность завышения сумм амортизационных отчислений, относимых на расходы.

Во-вторых, это отражение в отчетности таких активов, как гудвил. Гудвил — один из самых ярких инструментов «креативного учета» который, с одной стороны, создает условия для понимания природы финансового положения, финансовых результатов фирмы и в конечном счете позволяет прогрессивно отражать основные тенденции в изменении стоимости бизнеса, а с другой — способствует представлению в преукрашенном свете финансовой отчетности организации.

Еще И. Ф. Шер трактовал гудвил как особый вид вуалирования баланса путем разводнения капиталов, имеющий место при слиянии акционерных обществ. В таких случаях актив присоединяемой фирмы принимался нередко новым обществом по стоимости гораздо более высокой, чем она была указана в балансе прежних собственников. И тогда для составления нового баланса необходимо было прибавить к старым балансовым ценностям «искусственные добавочные ценности» и распределить их по соответствующим вещным счетам таким образом, чтобы сумма статей нового актива соответствовала по величине покупной цене, которая могла быть отнесена в пассив в виде долга прежним собственникам. Или же баланс составлялся таким образом, что вся переплаченная цена была показана как воображаемый актив под названием «стоимость фирмы», или *гудвил*. (Шер, 1925, с. 481).

Этот способ позволяет, с одной стороны, капитализировать расходы компании в активе, а с другой стороны, в течение целого ряда периодов манипулировать финансовыми результатами посредством начисления амортизации данного нематериального актива. Так, в соответствии с ПБУ 14/2007 период амортизации гудвила или деловой репутации составляет 20 лет, а это значит, что в течение 20 лет у фирмы существует возможность занижать свой финансовый результат. В соответствии с МСФО гудвил является неамортизируемым активом, который подлежит тестированию на предмет обесценения (МСФО 36 «Обесценение активов»), но и этот подход не исключает возможностей вуалирования в силу субъективности оценки (Соколова, 2005, с. 57).

Среди инструментов манипулирования оценкой обязательств следует упомянуть забалансовое финансирование. Этот вариант финансирования позволяет искусственно преукрашивать структуру капитала, поскольку источники финансирования не отражаются в этом случае в балансе, что в свою очередь позволяет привлекать дополнительное финансирование по более низкой цене. Забалансовое финансирование часто используется международными компаниями с целью получения дополнительных займов на мировом рынке ссудного капитала. Одной из разновидностей забалансового финансирования является лизинг.

Следует также выделить такой момент, как реклассификация долгосрочной задолженности по кредитам и займам. Если учетной политикой фирмы не предусмотрена обязанность по переводу долгосрочной задолженности в состав краткосрочной, когда до истечения срока погашения обязательства остается менее 12 месяцев, краткосрочные обязательства организации окажутся необоснованно заниженными, а это в свою очередь приведет к искажению показателей платежеспособности.

Невозможно перечислить все приемы манипулирования, используемые в бухгалтерском учете, мы лишь предприняли попытку их обобщения с тем, чтобы прояснить основные мотивы тех или иных действий бухгалтеров.

### Креативный учет и профессиональная этика

Вуалирование или фальсификация бухгалтерской отчетности — это способы визуального приукрашивания финансового положения организации и финансовых результатов ее деятельности с целью дезинформации пользователей относительно платежеспособности, рентабельности фирмы, создания возможности выплаты повышенных дивидендов и пр. В силу этих причин креативный учет большинством исследователей воспринимается негативно. Так, Ф. Ф. Бутинец утверждает, что «бухгалтер ... не может быть «циркачом», «мечтателем-утопистом», не может по-своему осмысливать действительные факты и предсказывать будущее корпорации» (Бутинец, 2007, с. 168). М. Джеймсон также подчеркивает, что «бухгалтер имеет дело с разнообразными суждениями и ему часто приходится решать противоречия между предоставлением результатов финансового события и сутью сделок... Такая гибкость открывает возможности для манипуляций, обмана и искажений. Подобные нарушения, практикуемые наименее щепетильными представителями бухгалтерской профессии, ныне стали известны как “креативный учет”» (Jameson, 1988, p. 7).

Но, несмотря на столь нелестные высказывания в адрес креативного учета, нельзя забывать, что творческий подход может привести и к положительным результатам, если способствует развитию учетных методов, если используется прогрессивно, для представления достоверной добросовестной картины состояния дел компании, в особенности если не существует других методов отражения в учете новой операции. И. Ф. Шер, отталкиваясь от тезиса «баланс — это совесть бухгалтера» видел за балансовой политикой будущее. И сегодня мы наблюдаем подтверждение истины, гласящей: новое — это хорошо забытое старое.

Главное направить креативность в правильное русло, нейтрализовать его «агрессивное начало», а в этом далеко не последнюю роль играет профессиональная этика, моральная ответственность представителей бухгалтерской профессии.

### Источники

- Белов В. Д. Бухгалтерия как наука // Счетоводство. 1893. № 4. С. 50—53.
- Блатов Н. А. Балансоведение: общий курс. 3-е изд., перераб. Л.-М., 1931.
- Бутинец Ф. Ф. Альфа і омега бухгалтерського обліку або моя болісна несповідь / за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. Житомир, 2007.
- Генералова Н. В. Профессиональное суждение и его применение при формировании отчетности, составленной по МСФО // Бухгалтерский учет. 2005. № 23. С. 54—62.
- Герстнер П. Анализ баланса. М., 1926.
- Ковалев В. В., Ковалев Вит. В. Финансовая отчетность и ее анализ (основы балансоведения): учеб. пособие. М., 2004.
- Ковалев В. В. Бухгалтерский баланс в исторической ретроспективе // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. 2011. № 3. С. 85—99.
- Мэтьюс М. Р. Перера М. Х. Б. Теория бухгалтерского учета: учебник / пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова, И. А. Смирновой. М., 1999.
- Соколов Я. В. История бухгалтерского учета: от истоков до наших дней: учеб. пособие. М., 1996.
- Соколова Н. А. Загадки гудвила // Финансы и бизнес. 2005. № 1. С. 108—112.
- Шер И. Ф. Бухгалтерия и баланс / пер. с нем. С. И. Цедербаума. М., 1925.
- Райс Э. Разоблачение тайн бухгалтерского учета. Как разобраться в бухгалтерской отчетности и в финансовом анализе / пер. с англ. М., 2006.
- Jameson M. Practical Guide to Creative Accounting. London, 1988.
- Jones M. J. Creative accounting. Fraud and international accounting scandals. New York: Jones Willey and Sons Inc., 2011.
- Griffiths I. Creative Accounting. London: Sidgwick and Jackson, 1986.
- Mulford C., Cominsky E. The Financial numbers game. Detecting creative accounting Practices. New York: Jones Willey and Sons Inc., 2002.
- Oxford English Dictionary. Second edition / ed. by John Simpson and Edmund Weiner. Clarendon Press, 1989.
- Sterling R. R. Toward a Science of Accounting. Houston, Texas: Scholars Book Co., 1975.