

УДК 657.1+657.01

Куцинська М.В.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва
Українського державного хіміко-технологічного університету*

АНАЛІЗ СУТНОСТІ ТА ІСНУЮЧИХ ВИДІВ КРЕАТИВНОГО ОБЛІКУ

THE ANALYSIS OF ESSENCE AND EXISTING TYPES OF CREATIVE ACCOUNTING

АНОТАЦІЯ

Проведено аналіз спеціальної літератури стосовно теоретичних та методичних положень креативного обліку. Установлено на основі узагальнення результатів систематизації думки науковців позитивні та негативні характерні особливості, притаманні сучасному креативному обліку. Виявлено та проаналізовано існуючі види креативного обліку.

Ключові слова: управління прибутком, креативний облік, види креативного обліку, голлівудський облік, вуду-облік, облік «чорної скрині», забалансове фінансування.

АННОТАЦІЯ

Проведен анализ специальной литературы относительно теоретических и методических основ креативного учета. Установлены на основе обобщения результатов систематизации мысли ученых позитивные и негативные характерные особенности, присущие современному креативному учету. Выявлены и проанализированы существующие виды креативного учета.

Ключевые слова: управление прибылью, креативный учет, виды креативного учета, голливудский учет, вуду-учет, учет «черного ящика», забалансовое финансирование.

ANNOTATION

The analysis of professional literature concerning theoretical and methodological bases of the creative accounting was conducted. The positive and negative characteristics of the contemporary creative accounting on the basis of summarizing the results of the systematization of scientist's opinion were established. The existing types of creative accounting were detected and analyzed.

Keywords: benefits management, creative accounting, types of creative accounting, Hollywood accounting, Voodoo accounting, black box accounting, off-balance-sheet financing.

Постановка проблеми. У сучасних умовах кризисної економічної ситуації, яка нині виникла в Україні, актуальними стають питання та проблеми оптимізації управлінських процесів та механізмів під час керування суб'єктами господарювання різних галузей економіки, раціоналізації процесів використання наявних ресурсів, збільшення доходної та зменшення витратної частини діяльності, а також пошуку можливих шляхів підвищення прибутковості діяльності таких суб'єктів господарювання та визначення напрямків їх подальшого розвитку.

Для ухвалення зважених управлінських рішень в окресленій царині проблемних питань необхідним є створення відповідної інформаційної бази, функціонування якої має відповідати вимогам її користувачів та сучасним умовам зовнішнього середовища. Такою інформаційною базою, зазвичай, може бути система обліку суб'єкта господарювання, дані якої систематизуються, узагальнюються та агрегуються у різних формах відповідної звітності. На основі даних звітності суб'єкта господарювання, зокрема

фінансової, керівники різних рівнів управління можуть приймати рішення щодо можливих очікуваних результатів діяльності підприємства.

Тобто, на основі інформації фінансової звітності суб'єкта господарювання можна визначити шляхи та напрями, завдяки реалізації яких можливе застосування механізмів управління прибутком, котрі за сучасних умов функціонування трансформуються в інструментарій креативного обліку.

Більш розповсюджене запровадження легітимних та правових важелів креативного обліку в український діловий простір, використання яких не суперечить нормам чинного законодавства, а також застосування котрих не викривлятиме реалістичності фінансових показників, має надати можливість знайти рішення, котрі спрямовані на виявлення конкурентних переваг через проведення діагностики сильних та слабких сторін діяльності, поглибленого дослідження тих сторін явищ та об'єктів, які не розглядаються у типових видах підсистем сучасної української системи обліку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сьогодні використання категорії «креативний облік» більш притаманне закордонному простору, зокрема країнам Європи, США, Канаді та ін. Водночас легітимність застосування механізмів креативного обліку у межах зазначених країн є досить дискусійною.

На території України інструментарій креативного обліку ще не знайшов широкого спектру застосування, зокрема легітимного та такого, використання механізмів котрого не суперечить нормам чинного законодавства. Це пов'язано насамперед з тим, що нині небагато наукових праць присвячено дослідженню цієї наукової царини. Однак деякі науковці все ж таки приділяють увагу дослідженню питань особливостей креативного обліку, існуючих видів та можливості застосування механізмів креативного обліку на сучасних українських підприємствах, які б не суперечили нормам чинного в Україні законодавства щодо ведення обліку та складання звітності.

Відтак в окремих працях наводяться підходи до формування теоретичних та методичних основ креативного обліку, зокрема дослідження, що стосуються визначення сутності та особливостей креативного обліку [1]; проводиться

порівняння креативного обліку з іншими видами обліку з метою виявлення відмінностей від інших існуючих видів обліку та позитивних характеристик такого сучасного виду обліку [2]. Зазначені наукові праці відстоюють правомочність застосування інструментарію креативного обліку задля цілей управління прибутком суб'єктів господарювання різних галузей економіки України у правовій царині та відповідно до норм чинного законодавства стосовно ведення обліку та складання звітності.

Крім зазначених досліджень, ще є коло таких, автори котрих ототожнюють сутність креативного обліку з обліком, спрямованим на здійснення шахрайства й махінацій. Наприклад, в окремих працях наводиться обґрунтований перелік недоліків креативного обліку [3]; окреслюються новаторські особливості, притаманні креативного обліку, завдяки існуванню та використанню яких з'являється можливість наводити недостовірну інформацію щодо фінансового стану у формах фінансової звітності [4]; характеризуються правові та етичні аспекти креативного обліку [5]; оцінюється якість інформації такого обліку [6]; аналізуються види креативного обліку та їх особливості, а також механізми креативного обліку [7]; окреслюються загрози від запровадження креативного обліку [8–11] та ін.

Аналізуючи наведені праці, доцільно зазначити, що використання категорії «креативний облік» є дискусійним, що, своєю чергою, потребує проведення більш детального дослідження зазначеної царини знань теорії та практики обліку.

Метою статті є узагальнення теоретичних та методичних положень креативного обліку та виявлення легітимних, що не суперечать нормам чинного законодавства, можливостей їх застосування в процесі ухвалення управлінських рішень.

Основним завданням є проведення аналізу та узагальнення положень спеціальної літератури стосовно теоретичних та методичних основ щодо сутності та ведення креативного обліку, виявлення існуючих видів креативного обліку, а також можливих умов використання виявлених видів креативного обліку з метою застосування в управлінських механізмах під час прийняття керівниками різних рівнів управління рішень щодо можливих очікуваних результатів діяльності підприємства у процесі управління прибутком суб'єкта господарювання.

Виклад основного матеріалу. Спираючись на результати досліджень закордонних фахівців, узагальнивши існуючі в міжнародній обліковій практиці підходи, можна зазначити, що у вітчизняній практиці категорія «креативний облік» ще не набула широкого легітимного використання.

Погоджуючись з думкою М.С. Пушкаря, можна стверджувати, що креативний облік – це творчий облік, який вимагає від облікових працівників організації фактів та правил їх

групування, виходячи з інтересів менеджменту з метою отримання знань про нові об'єкти спостереження [1, с. 90].

Грунтуючись на цьому, слушно зазначити, що на сучасному етапі розвитку та трансформації економічних відносин креативний облік, спираючись на дані система обліку суб'єкта господарювання загалом, більше, ніж усі інші види обліку, відповідає вимогам та завданням, що ставляться менеджерами перед обліковим працівникам під час розробки тактики та стратегії управління прибутком підприємства.

Однак під час формування підходів до ведення креативного обліку необхідно не нехтувати принципами обліку, які встановлені нормами чинного законодавства. Це насамперед стосується таких принципів обліку, як принцип обачності, принцип послідовності, принцип нарахування та відповідності доходів і витрат, принцип безперервності та принцип повного відображення усіх фактів господарської діяльності. Тобто немає відбуватися превалювання інтересів менеджменту над реалістичністю відображення фактичного стану діяльності суб'єкта господарювання в системі обліку та формах звітності.

З одного боку, креативний облік спрямований на знаходження шляхів зниження витрат за рахунок раціоналізації усіх процесів, які здійснюються під час функціонування суб'єкта господарювання, з використанням новаторських сучасних облікових методів і прийомів.

З іншого боку, сучасне українське трактування сутності креативного обліку досить наближене до визначення сутності класичного управлінського обліку. Крім цього, погоджуючись з думкою С.Ф. Голова [2, с. 304], слушно звернути увагу на те, що у західній термінології категорія «креативний облік» – це форма обліку, яка надає упереджене уявлення про фінансовий стан та результати діяльності підприємства.

Однак, враховуючи дійсну легітимну сутність креативного обліку, доцільно зазначити, що креативний облік – це сучасна форма обліку, яка виникла, виходячи з вимог користувачів та сучасних жорстких умов конкуренції та функціонування загалом. Водночас, якщо враховувати фактичну сучасну українську облікову практику, то можна сказати, що іноді бухгалтері неусвідомлено здійснюють управління прибутком, тобто ведення креативного обліку. Це пов'язано з неоднозначністю трактування норм чинного в Україні законодавства відносно ведення обліку та складання звітності.

Доволі вагомим аргументом необхідності впровадження креативного обліку на сучасних українських підприємствах виступає швидка зміна технологій та методів ведення бізнесу. Такої ж думки стосовно відповідності креативного обліку сучасним новаціям бізнес-середовища й автори дослідження [4].

Тобто, бухгалтерський облік часто розвивається більш сповільнено, ніж загальні економічні підходи господарювання та ведення бізнесу.

У зв'язку з цим, а також з недостатністю законодавчих норм, які відповідали б повністю потребам суб'єктів господарювання, виникає необхідність застосування новаторських підходів в обліку, котрі притаманні креативному обліку.

Щодо креативного обліку є й інші погляди, а саме стосовно сутності цієї категорії: певне коло аналітиків та експертів з питань складання звітності вважає, що креативний облік є шляхом здійснення бухгалтерських махінацій, тобто є інструментарієм менеджменту щодо викривлення об'єктивної картини фінансового стану суб'єкта господарювання. Такий підхід обґрунтовується тим, що оскільки фінансова звітність складається переважно для зовнішніх користувачів, від рішення яких залежать важливі для підприємства та його керівництва явища й події господарського характеру, то працівники, котрі складають таку звітність, завжди мають спокусу надати звітність та інформацію у ній у вигідному аспекті та ракурсі.

В американській обліковій практиці є тенденція вважати, що креативний облік – це формальне дотримання облікових правил та постулатів. Інколи креативний облік замінюється поняттями «інноваційний облік» та «агресивний облік».

Як свідчать результати дослідження, висвітлені І.Г. Чалим у [7], застосування креативного обліку, найчастіше спрямоване на коригування та (або) коректування показників звітності відповідно до вимог керівництва.

Отже, ґрунтуючись на цих поглядах, можна припустити, що більшість обліковців-теоретиків вважає креативний облік можливістю вуалізації даних фінансової звітності, зокрема, найчастіше для інвесторів.

Для розуміння дійсної сутності креативного обліку доцільно розглянути існуючі його види.

Аналізуючи застосовувані у міжнародній обліковій практиці підходи до класифікації креативного обліку, можна виокремити такі його види, а саме:

- голлівудський облік;
- вуду-облік;
- облік «чорної скрині»;
- забалансове фінансування.

Згідно з теорією голлівудського обліку у фінансовій звітності відображаються значні за обсягами доходи й водночас незначні за обсягами прибутки. Виникнення такої назви пов'язано з особливостями ведення обліку процесів кінозйомок, які притаманні американським центрам кінематографії. Відповідно до думки І.Г. Чалого, особливості такого обліку ґрунтуються на механізмах зниження прибутковості діяльності за рахунок штучного завищення накладних витрат [7]. За рахунок використання такого інструментарію більшість американських кінокомпаній за даними фінансової звітності є збитковими. Тобто, можна стверджувати, що цей вид креативного обліку нехтує дотриманням принципу нарахування та відповідності доходів і витрат. Водночас є й позитивні характерні осо-

бливості наведеного виду креативного обліку, а саме: детальний структурний аналіз витратних статей діяльності та наявність можливості оптимізації такої структури залежно від впливу різних внутрішніх та зовнішніх факторів.

Згідно з механізмом вуду-обліку також здійснюється нехтування дотримання принципу нарахування та відповідності доходів та витрат, а також принципу обачності. Тобто, під час ведення вуду-обліку здійснюється свідоме завищення доходів та (або) заниження витрат.

Відповідно до результатів дослідження, наведених у праці [7], вуду-облік включає декілька методик ведення креативного обліку, а саме:

- методику «наповнення каналів»;
- методику «великої бані»;
- методику «коробки печива»;
- методику невиправданої капіталізації.

Методика «наповнення каналів», або методика «торговельного навантаження», використовується, як свідчать результати аналізу світової облікової практики, для нарощування обсягів доходів у кінці звітного періоду. Таку методику найчастіше використовують при наявності «умовних» дистриб'юторів, які за своєю сутністю є пов'язаними сторонами з продавцем. Сьогодні в Україні така методика використовується під час облікового відображення націнок у торговельних ланцюгах посередників. Як позитивну характерну особливість наведеної методики можна виокремити можливість розподілу витрат та податкового навантаження між усіма учасниками торговельного ланцюга.

Сутність методики «великої бані» полягає у тому, що у збиткових періодах показники збитковості ще більше викривляються для формування на подальші періоди запасу прибутковості для відображення більш вагомих фінансових результатів. За своєю сутністю формування запасів прибутковості є позитивним явищем, однак необхідним є відображення в обліковій політиці таких механізмів, а також умов легітимного використання таких запасів.

Методика «коробки печива» використовується для відображення у роки прибутковості надлишкових резервів, завдяки існуванню яких знижуються показники прибутку, котрі відображаються у звітності. Крім цього, за рахунок сторнування таких резервів у менш вдаль звітні періоди збільшується звітний прибуток. Зазначена методика має аналогічну позитивну характерну особливість методиці «великої бані».

Методика невиправданої капіталізації передбачає заміну списання поточних витрат через зменшення звітного прибутку їх капіталізацією. У результаті здійснюється збільшення активів підприємства замість зменшення прибутку. Для легітимного використання наведеної методики необхідним є врахування нормативних умов можливості здійснення капіталізації витрат. У разі правової можливості її використання є слушним для суб'єктів господарювання-початківців.

Згідно з теорією обліку «чорної скрині» для ведення обліку використовуються досить складні механізми, алгоритми та формули. Нині в Україні практичне застосування такої теорії на практиці можливе через існування неоднозначного трактування норм та положень щодо ведення обліку та складання звітності.

Відповідно до теорії забалансового фінансування частина реальних зобов'язань суб'єкта господарювання відображається поза балансом підприємства. Використання такої методики без дотримання сутнісних правил та принципів обліку є неправомочним.

Узагальнивши результати проведеного аналізу існуючих в міжнародній практиці видів креативного обліку, доцільно зазначити, що майже в усіх випадках існує нехтування дотриманням окремих принципів обліку, які закріплені нормами чинного законодавства. Водночас саме за своєю сутністю ведення креативного обліку, якщо його застосовувані механізми є легітимними та не суперечать нормам чинного законодавства, має на меті створення відповідної підсистеми обліку задля задоволення різноманітних потреб менеджерів різних рівнів управління з урахуванням сучасного внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування суб'єкта господарювання та водночас підлаштовується під швидку зміну економічних підходів господарювання та ведення бізнесу.

Висновки. На основі проведеного аналізу та узагальнення положень спеціальної літератури стосовно теоретичних та методичних положень креативного обліку установлені позитивні та негативні характерні особливості, притаманні сучасному креативному обліку, виявлено його види та охарактеризована сутність таких видів, а також можливі умови використання виявлених видів креативного обліку з метою застосування в управлінських механізмах під час ухвалення керівниками різних рівнів управління рішень щодо можливих очікуваних результатів діяльності підприємства в процесі управління прибутком суб'єкта господарювання.

Напрямок подальших досліджень у цій науковій царині має стати аналіз, узагальнення та

систематизація існуючих механізмів та інструментарію креативного обліку, застосування яких залежить від поставлених керівниками різних рівнів управління цілей та завдань перед обліковцями та не суперечить нормам чинного законодавства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пушкар М.С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів) : монографія / М.С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш, 2006. – 334 с.
2. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку : монографія / С.Ф. Голов. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 522 с.
3. Райс Энтони. Разоблачение тайн бухгалтерского учета. Как разобраться в бухгалтерской отчетности и в финансовом анализе / Райс Энтони. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 352 с.
4. Мэтьюс М.Р. Теория бухгалтерского учета / М.Р. Мэтьюс, М.Х.Б. Перера. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 663 с.
5. Золотухін О. Примітивні махінації в бухгалтерському обліку / О. Золотухін // Бухгалтерія. – 2005. – № 28. – С. 10–13.
6. Родченков М. Перспективы проверки финансовой отчетности по МСФО с учетом возрастающего влияния оценочных значений / М. Родченков, В. Евсеев // Accounting Report. – 2003. – Вып. 6.1. – С. 8–15.
7. Чалий І.Г. Бухоблік для дорослих. МСФЗ-трансформація. Управління прибутком. Податки / І.Г. Чалий. – Х. : Фактор, 2011. – 400 с.
8. Гнилицкая Л.В. Манипулирование учетными данными – угроза экономической безопасности предприятия / Л.В. Гнилицкая // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 3(15). – С. 5–14.
9. Сухарева Л.О. Сутність, фактори і прийоми формування «креативного» підходу до бухгалтерського обліку / Л.О. Сухарева, К.О. Воловик // Торгівля і ринок України. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2001. – С. 235–243.
10. Голов С.Ф. Креативний облік – загроза професії та суспільству / С.Ф. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 1. – С. 5–7.
11. Тринька Л.Я. Креативні методи обліку: їх суть і значення в обліковій практиці вітчизняних підприємств / Л.Я. Тринька // Облік, аналіз і аудит у сучасному бізнесі : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів : Компакт-ЛВ, 2004. – С. 335–337.