

IMPACTUL CONTABILITĂȚII CREATIVE ASUPRA PERFORMANȚEI FINANCIARE A ENTITĂȚII

THE IMPACT OF CREATIVE ACCOUNTING ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF THE ENTITY

Svetlana MIHAILA, dr., conf. univ., ASEM

e-mail: sv_mihaila@yahoo.com

Valeria TAMAȘCIUC, ASEM

e-mail: tamasciucvaleria@gmail.com

Abstract. *Accounting science is like a living organism - evolving. And with its evolution, accounting has various forms of manifestation: financial accounting, managerial accounting, state accounting, fiscal accounting, etc. But globalization does not delay to impress this field. In the face of massive competition on the market, managers must do their best to present to the users of the accounting information the desired picture of the business. It is the crucial moment when accountants, seen on the market as the most deprived of imagination, bring a new concept in the field of accounting - creative accounting. It is about the kind of absolutely necessary activity that comes to answer the accounting challenges by manipulating some information in the financial reports. The aim of the paper is to present the main motives and factors for the apparition of creative accounting, as well as the most common techniques, the processes that impact on the measurement of the accounting result, and, of course, the measures that have to be taken in order to limit this activity and to minimize creative accounting practices.*

Cuvinte cheie: contabilitate creativă, impact, performanță financiară.

JEL classification M40, M41

Introducere.

Situația financiară a fost și continuă să fie oglinda fiecărei companii, reprezentând, cu întâietate principalul mijloc prin intermediul căruia sunt prezentate informațiile despre poziția financiară, succesul sau, uneori, insuccesul întreprinderii, atât grupurilor de interes intern, cât și celor de interes extern, care iau diverse decizii în baza unor astfel de informații.

În conformitate cu principiile contabilității (principiul prudenței, principiul contabilității de angajamente, principiul intangibilității, principiul necompensării, principiul evaluării separate a elementelor de activ și pasiv, etc) , se presupune că informațiile prezentate în documentele financiare trebuie să fie corecte și fiabile.

Cu toate acestea, companiile din prezent recurg din ce în ce mai des la situațiile financiare manipulate, pentru a prezenta o imagine mai atractivă a întreprinderii, în scopul atragerii a cât mai mulți investitori și, desigur, clienți. Tocmai din acest motiv, apare conceptul de contabilitate creativă – cu alte cuvinte, procesul de denaturare a informațiilor financiare, în cadrul cărora prezumțiile de exactitate și fiabilitate lasă loc contestării.

Scopul acestei cercetări constă în investigarea aspectelor teoretice și practice ale contabilității creative, în vederea identificării actualului context aferent temei dar și pentru a formula concluziile legate de subiectul cercetării. Pentru atingerea scopului au fost stabilite următoarele obiective:

- identificarea principalilor factori și a motivelor care au stat la baza apariției contabilității creative;
- realizarea unei distincții clare între contabilitatea creativă și fraudă fiscală;
- studierea consecințelor utilizării iraționale a contabilității creative, prin prisma unor exemple de companii care au falimentat din cauza managerilor care au folosit excesiv această tehnică.

Utilizarea metodelor de analiză și sinteză a surselor de informare, cum ar fi: actele legislative și normative ale Republicii Moldova în domeniul contabilității, care vizează în mod direct subiectul cercetat, precum și activitatea specialiștilor contabili, cercetările științifice și alte surse, a făcut posibilă evidențierea principalelor cauze și consecințe ale acestui fenomen, dar și sublinierea problematilor subiectelor abordate. În plus, metoda comparației a condiționat realizarea distincției între contabilitatea creativă și fraudă fiscală. Investigațiile au fost realizate în baza lucrărilor specialiștilor în domeniu, dar și în baza articolelor ce vizează scandalurile contabile legate de companii de renume ce au recurs la utilizarea contabilității creative.

Conținut de bază.

În literatura de specialitate nu există un consens în ceea ce privește noțiunea de contabilitate creativă care, deși utilizată destul de frecvent, încă mai trezește contradicții. De-a lungul timpului, economiști, analiști economici și contabili, s-au expus pe marginea subiectului respectiv, fiecare venind pe câmpul contabilității creative cu propria definiție. În figura de mai jos, se poate observa viziunea diferitor autori asupra contabilității creative.



Figura 1. Abordări ale contabilității creative

Sursa: elaborat de autori

Există, diverse abordări, majoritatea pornind însă, de la ideea că conceptul de contabilitate creativă se utilizează preponderent pentru ameliorarea imaginilor contabile, manipulându-se, în limitele admisibile, anumite informații. Pentru a oferi totuși o definiție clară noțiunii de contabilitate creativă, o abordare mai generală ar fi că:

Contabilitatea creativă reprezintă procesul prin care, datorită existenței unor breșe în reguli, se manipulează informația contabilă și, profitând de flexibilitate, se aleg acele metode de măsurare și informare ce permit transformarea documentelor de sinteză din ceea ce ele ar trebui să fie în ceea ce managerii doresc [6, p.14].

Iată de ce, i se mai spune *arta de a falsifica, arta de truca un bilanț, arta de a calcula beneficiile, arta de a crea provizioane, etc.*

Deoarece anterior s-a menționat că există diverse abordări ale contabilității creative, tindem să menționăm că există și o serie de termeni echivalenți ai contabilității creative, denumirea variind de la o țară la alta. Astfel, în Germania i se mai spune *înșelătorie* sau *artistică a bilanțului*, în Marea Britanie se vorbește despre *contabilitate de profit*, în Australia sunt răspândiți termenii precum

contabilitate manipulative sau chiar contabilitate sălbatică, italienii o numesc *politica de bilanț*, în timp ce elvețienii îi spun *manipularea bilanțului*.

În SUA, termenul are o circulație foarte largă, aici fiind întâlniți mai des termeni precum *cooking the books* (*gătitul cărților*), *numere fabricate* sau, uneori, și expresia *mai mult debit decât credit*. Olanda folosește același termen ca și echivalentul în limba română – *contabilitate creativă*, în timp ce economiștii din Franța optează pentru termeni precum *bricolaj*, *conturi fabricate* sau *creativitate nelimitată* [7, p.176].

A nu se confunda totuși termenul de contabilitate creativă cu fraudă fiscală, pentru că, deși sunt „fenomene” ce apar în condiții de dificultate financiară, prezintă totuși o serie de diferențe:

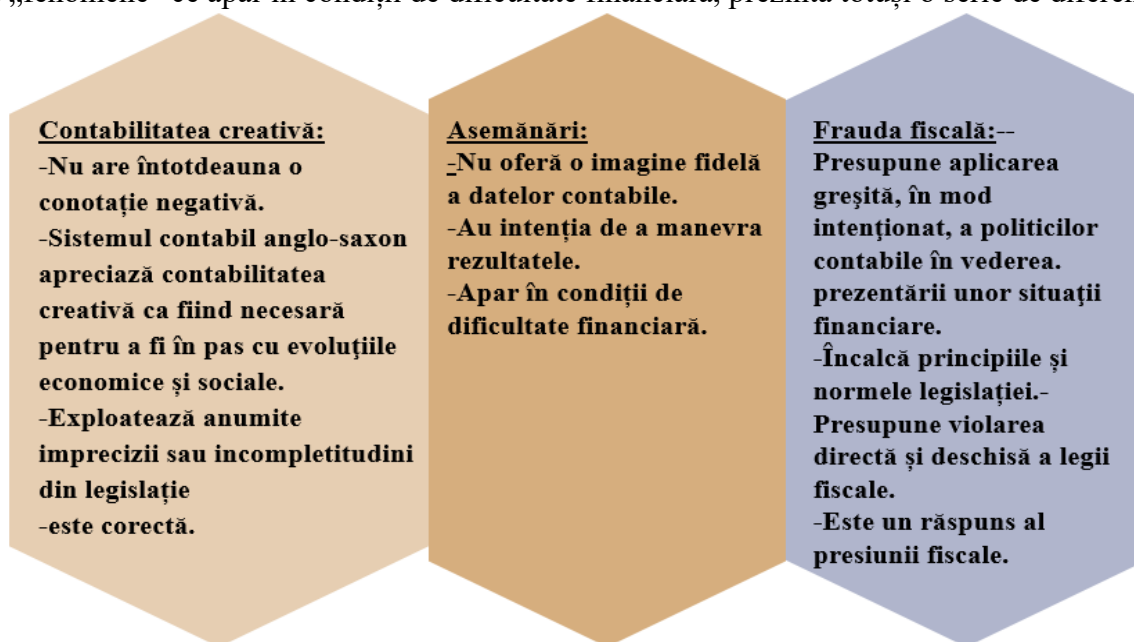


Figura 2. Asemănări și deosebiri între contabilitatea creativă și fraudă fiscală

Sursa: elaborat de autori

Din figura 2 reiese că, deși ambele – atât contabilitatea creativă cât și fraudă fiscală nu oferă o imagine fidelă a datelor, încercând cumva să manipuleze rezultatele, există o serie de detalii ce permit o clară delimitare a acestora; Prin urmare, în timp ce contabilitatea creativă nu face nimic altceva decât să profite de existența unor breșe în cadrul legilor, fiind una corectă, fraudă fiscală încalcă normele presupunând violarea directă a acestora, și neavând nici o tangență cu noțiunea de creativitate, atât de familiară contabililor creativi.

Utilizând contabilitatea creativă, managerii adoptă o poziție defensivă, refuzul companiilor de a evita un posibil eșec, recurgându-se în acest sens la ingeniozitatea și creativitatea contabililor, fiind condiționat de o serie de premise, precum [8, p.91]:

- Globalizarea
- Noile cerințe informaționale
- Noi posibilități
- Presiunea utilizatorilor de informație
- Dezvoltarea economică
- Dezvoltarea socială
- Dezvoltarea juridică
- Competitivitatea

Astfel, globalizarea afacerilor condiționează o creștere masivă a competitivității pe piață, iar odată cu această creștere, apar și noi posibilități, dar și noi cerințe. Este momentul crucial când apare în domeniul contabilității creativitatea, decizia entității de a apela la contabilitatea creativă fiind condiționată, la rândul său, de un șir de factori [9]:

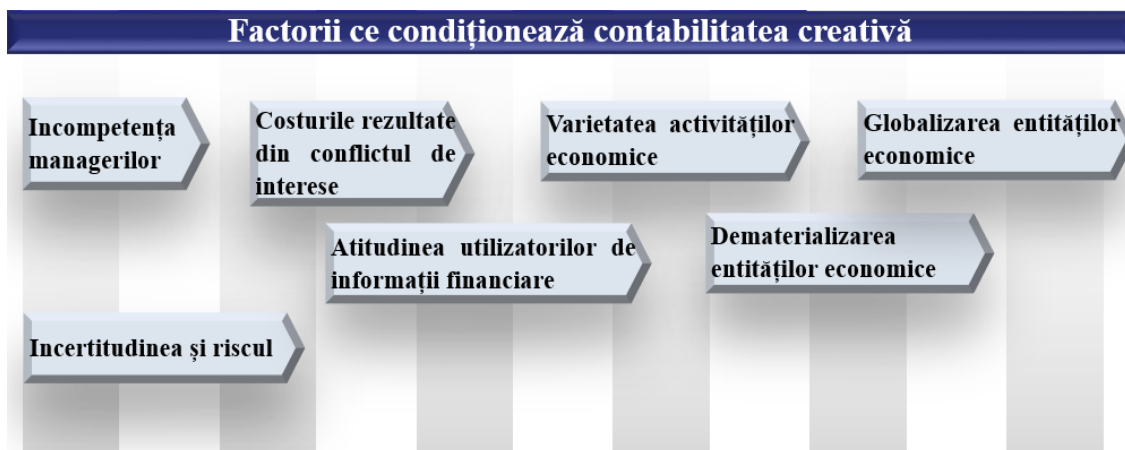


Figura 3. Influența factorilor asupra contabilității creative

Sursa: elaborat de autori

Incompetența managerilor, care destul de des se concentrează pe o serie de activități ce exclud sistemul de informare contabilă, se soldează deseori cu un rezultat financiar nesatisfăcător; Întreprinderea nu obține performanțele prestabilite, apare riscul pierderii unui șir de potențiali investitori și clienți, creditorii pot începe să micșoreze termenele de scadență, utilizatorii de informație nu mai văd acea creștere a poziției economice pe piață așteptată...toate acestea, împreună cu alți factori, condiționează întreprinderea și managerul să găsească acel contabil creativ care ar putea aplana situația în scopul amânării unor consecințe negative pentru entitate. Pentru a-și prezenta afacerea în cea mai bună lumină posibilă, companiile în frunte cu contabilii creativi folosesc diverse tehnici de manipulare a informațiilor financiare. Cele mai utilizate procedee și tehnici de contabilitate creative sunt *procedeele cu impact asupra măsurării rezultatelor*, *procedee care au impact asupra prezentării situației de profit și pierderi* dar și *procedee care au impact asupra prezentării bilanțului*. Preponderent însă se utilizează tehnicile contabile de majorare sau diminuare a rezultatului, prezentate mai detaliat în tabelul următor.

Tabelul 1. Tehnici contabile de majorare sau diminuare a rezultatului

Elementele	Entitatea urmărește majorarea rezultatului	Entitatea urmărește diminuarea rezultatului
<i>Cheltuieli incluse în costul de achiziție</i>	Includerea mai multor cheltuieli în costul de achiziție	Excluderea unor cheltuieli din costul de achiziție
<i>Cheltuieli privind dobânzile</i>	Capitalizarea cheltuielilor privind dobânzile	Recunoașterea dobânzilor și cheltuielilor
<i>Costuri indirecte de producție</i>	Includerea mai multor costuri în costul de producție	Excluderea unor costuri din costul de producție
<i>Stocuri de produse finite</i>	Majorarea stocului de produse finite	Diminuarea stocului de produse finite
<i>Evaluarea stocurilor</i>	Utilizarea metodei FIFO în condiții de creștere a prețurilor	Utilizarea metodei LIFO în condiții de scădere a prețurilor
<i>Vânzarea stocurilor prevăzută ca o opțiune de răscumpărare</i>	Vânzarea și răscumpărarea sunt analizate ca două operațiuni distincte	Vânzarea și răscumpărarea sunt analizate ca o operație unică

Sursa: elaborat de autori după [8, p.93]

Reiese, din cele enumerate anterior că contabilitatea creativă poate avea un impact pozitiv asupra afacerii (în dependență de scopul prestabilit), dar numai atunci când este aplicată într-un sens pozitiv și într-un domeniu minim. Dar, după cum menționa Malb Giot „*La originea sa,*

contabilitatea creativă este virtuoaasă : ea oferă contabilității mijloace care să-i permită să țină pasul cu dezvoltarea crescândă a piețelor și proliferarea produselor financiare. Problema derivă din faptul că începe să apară și să se manifeste rapid perversitatea instinctivă a oamenilor de afaceri.” - se întâmplă deci, de multe ori ca firmele să treacă granițele de minimalism, abuzând de astfel de practică; Anume în acest context, al perversității managerilor, au apărut cele mai mari scandaluri contabile, scandaluri care au luat amploare și mai mare odată cu falimentul unor afaceri cu renume mondial: WorldCom, Enron, Lehman Brothers, Tyco, etc.

Astfel, WorldCom (gigant în comunicații, care în 2002 asigura mai mult de 1/2 din traficul internet al SUA) nu a fost doar cel mai mare scandal contabil din istoria Statelor Unite, ci a fost, de asemenea, unul dintre cele mai mari falimente, revelația pe care o atinsese prin recurgerea la ”gătutul cărților” și prăbușirea bruscă afectând mult piețele financiare.

Aceasta nu a fost o fraudă sofisticată. Pentru a-și ascunde profitabilitatea în scădere, WorldCom pur și simplu a umflat venitul net și fluxul de numerar prin înregistrarea cheltuielilor ca investiții. Prin capitalizarea cheltuielilor, a exagerat profitul cu aproximativ 3 miliarde dolari în 2001 și 797 milioane dolari în T1 2002, raportând un profit de 1,4 miliarde dolari în loc de o pierdere netă.

Enron- desemnată „cea mai inovatoare companie din SUA”, timp de 6 ani, înainte de marele scandal, a creat o schemă de utilizare a vehiculelor cu destinație specială înafara bilanțului (SPV) pentru a ascunde munții de datorii; astfel, stocurile treceau în SPV în schimbul numerarului, fapt posibil datorită existenței unor mari incompletitudini în legislația SUA din acel timp.

Scandalul Enron a început în octombrie 2001, când compania și-a supraestimat beneficiul, și-a subestimat datoriile și a anunțat o pierdere trimestrială de 618 mln \$.

Și totuși, ”într-un fel, Enron este dovada perfectă a faptului că o companie se poate conforma normelor contabile, mințind investitorii în același timp”, a declarat un specialist.

Aceste două scandaluri au dat naștere unei *epidemii a neîncrederii* în rândul investitorilor americani, fapt ce îl determină pe Bush, președinte al SUA la acel moment, să adopte o nouă legislație în acest sens.

Creativitatea însă nu poate fi limitată, nici controlată. Întrucât contabilitatea creativă este însă din ce în ce mai des folosită într-un sens negativ, ducând la numeroase scandaluri contabile cu consecințe enorme, este necesar să se stabilească metode eficiente care să limiteze sau să minimizeze manipularea informațiilor financiare. Tehnicile eficiente pentru prevenirea contabilității creative includ:

- Aprecierea rezultatului contabil prin intermediul fluxului de numerar, care este mai dificil de „netezit”
- Elaborarea unui cadru contabil conceptual
- Crearea posibilității de a recurge la un organ competent pentru arbitraj sau interpretarea datelor
- Reducerea nr de prelucrări contabile permise
- Elaborarea unor reguli privind situațiile când este permisă prelucrarea contabilă
- Redactarea unor norme și principii detaliate, care să nu lase loc de interpretări
- Adaptare standardelor contabile în termeni de utilizare limitată a estimărilor
- Aplicarea sancțiunilor de către autoritățile naționale.

Concluzie.

În cercetarea „*Considerații privind impactul contabilității creative asupra calității informațiilor prezentate în situațiile financiare anuale*”, Tabără N. Și Rusu A. afirmă că „sunt necesare schimbări importante atât la nivelul reglementărilor, cât și al supravegherii contabilității pentru a satisface cerințele utilizatorilor informației contabile”, care se așteaptă ca situațiile financiare să fie prezentate într-o manieră fiabilă, obiectivă și pertinentă. Pe de altă parte,

ameliorarea cadrului contabil este insuficientă; Este importantă și asigurarea independenței profesiei contabile, iar respectarea legislației în vigoare trebuie să fie strict supravegheată de cadrul instituțional juridic. Cert este însă faptul că practicile contabilității creative nu vor dispărea decât odată cu dispariția cauzelor care le-au generat [10, p.43-44], dar cauze, după cum preabine înțelegem, la ora actuală, sunt numeroase.

Indubital, o activitate contabilă corectă, urmată de o prezentare a rapoartelor financiare într-o manieră consecventă presupune mult mai puține riscuri; totuși – se mai recurge încă la trucarea rezultatelor, dat fiind faptul că utilizatorii informației contabile sunt într-o permanentă căutare a creșterilor stabile; Drept urmare, rezultatele volatile, cu creșteri și scăderi „dramatice”, sunt adaptate prin intermediul contabilității creative exigențelor utilizatorilor, cărora li se arată o creștere ușoară, dar sigură.

Menirea profesioniștilor contabili nu este, prin urmare, deloc una simplă, geneza factorilor și premiselor apariției contabilității creative regăsindu-se în sintagma „*Imaginației trebuie să i se răspundă cu imaginație*”! Pe bună dreptate, ori globalizarea afacerilor atinge actualmente cote maxime iar contabilii, zilnic fiind puși în fața provocărilor de orice gen, caută soluții ingenioase fără a mai prioritiza uneori principiile contabilității sau standardele etice.

Referințe bibliografice:

1. K.Nasser „Creative financial accounting: its nature and use”, Practice Hall, 1993 - citat de N.Felegă și L.Malciu în „Politici și opțiuni contabile”, Ed. Economică, 2002.
2. N.Trotman „Comptabilité britannique, mod d’emploi”, Economica, Paris, 1993 - citat de N.Felegă și L.Malciu în „Politici și opțiuni contabile”, Ed. Economică, 2002.
3. Shah A.K. „Exploring the influences and constraints on creative accounting in The United Kingdom”, European Accounting Review, vol.7, nr.1, 1988
4. Citat de B.Raybaud-Turrillo și R.Teller în „Comptabilité créative”, Encyclopedie de gestion, Economica, Paris, 1996 și citat de N.Felegă și L.Malciu în „Politici și opțiuni contabile”, Ed. Economică, 2002.
5. Felegă N., Malciu L. „Politici și opțiuni contabile”, Editura Economică, București, 2002
6. Groșanu A. „Contabilitate creativă”, Editura ASE București, 2013
7. Audit Committee Newsletter, KPMG, „A brief review of creative accounting literature and its consequences in practice”, Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, vol.11, nr.1, Iunie 2003, pg.176 – citat de Balaciu D., Bogdan V., Vladu A.B.
8. Mihaila S., Erhan L. „Poziționări și evoluții în contabilitatea creativă”, Analele ASEM, ediția a XIII-a. Nr.1/2015
9. Groșanu A. „Contabilitate creativă”, Editura ASE București, 2013, pg.17-20
10. Tabără N., Rusu A. „Considerații privind impactul contabilității creative asupra calității informațiilor prezentate în situațiile financiare anuale”, Audit Financiar, anul IX
11. Bunget O. C., Dumitrescu A. C., Deliu D., Măndescu I., Contribuții la definirea conceptului de contabilitate creativă, Conferința științifică internațională „Contabilitate: Provocări actuale și aspirații pentru viitor”, Editura ASEM, 2012
12. Branka Remenaric, Ivana Kenfelia, Ivo Mijoc „Creative accounting – motives, techniques and possibilities of prevention”, Ekonomski Vjesnik / Econviews, 2018, pg.193-199
13. <https://www.investopedia.com/terms/w/worldcom.asp>
14. <http://www.globalrus.ru/comments/58144/>
15. <https://www.investopedia.com/updates/enron-scandal-summary/>