



Percepcja pojęcia „rachunkowość kreatywna” przez opinię publiczną i środowisko profesjonalnych księgowych w Polsce

ARTUR HOŁDA *

Streszczenie

Celem artykułu jest porównanie definicji rachunkowości kreatywnej wypracowanej przez autorów z zakresu rachunkowości z postrzeganiem tego pojęcia przez opinię publiczną oraz profesjonalnych księgowych. Przedstawiono definicje rachunkowości kreatywnej akcentujące zarówno jej negatywny, jak i pozytywny aspekt, podając również własne rozumienie tego pojęcia. Następnie dokonano analizy ilościowej doniesień medialnych celem ustalenia, jak pojęcie rachunkowości kreatywnej jest postrzegane w Polsce przez opinię publiczną; przedstawiono także wyniki badań ankietowych profesjonalnych księgowych, których celem było poznanie rozumienia rachunkowości kreatywnej przez praktyków księgowości.

Słowa kluczowe: rachunkowość kreatywna, prawo bilansowe, oszustwo księgowe.

Abstract

Perception of the concept of creative accounting by the Polish public and by accounting professionals

The paper aims to compare definitions of creative accounting developed by accounting theoreticians with its perception by the public and by accounting professionals. The author presents definitions of creative accounting emphasising both its negative and positive aspects, and provides his own understanding of the concept. This is followed by a quantitative analysis of media reports on the same carried out in order to determine how the concept of creative accounting is perceived by the Polish public, and further by the results of surveys of accounting professionals whose purpose was to learn the understanding of creative accounting among accounting practitioners.

Keywords: creative accounting, accounting regulations, accounting fraud.

* Dr hab. Artur Hołda, profesor nadzwyczajny UEK, CICA, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wydział Zarządzania, Katedra Rachunkowości, aholda@uek.krakow.pl



Wstęp

Współcześnie wiarygodność i adekwatność informacji ekonomicznej generowanej przez system rachunkowości wydają się konstytuanta sprawnego funkcjonowania systemów wolnorynkowych. Wyraźne rozgraniczenie praktyk, które są dozwolone, a które mają charakter niedopuszczalny w rachunkowości, i ich właściwe definiowanie ma szczególne znaczenie. Równocześnie kontekst odbiorcy w znacznym stopniu determinuje regulacje i systematyzacje w tym zakresie.

W artykule przedstawiono komparatywne analizy dotyczące różnorodnych definicji rachunkowości kreatywnej zarówno w kontekście negatywnym, jak i pozytywnym w polskich realiach gospodarczych; jednocześnie zaproponowano autorską definicję rozumienia tego pojęcia. Niestety, obecnie badania rozumienia pojęcia rachunkowości kreatywnej przez opinię publiczną w Polsce, jak i przez profesjonalnych księgowych są prowadzone w ograniczonym zakresie. Sytuacja ta stanowiła inspirację dla autora do przeanalizowania doniesień prasowych oraz przeprowadzenia badań ankietowych wśród profesjonalnych księgowych, które mogłyby pozwolić na poznanie sposobu postrzegania tych pojęć przez poszczególne grupy interesariuszy.

Wartością dodaną artykułu jest dokonanie kompleksowego porównania różnych definicji rachunkowości kreatywnej proponowanych przez polskich autorów z jej rozumieniem przez opinię publiczną oraz praktyków zajmujących się zawodowo księgowością, poprzez przeprowadzenie studiów literaturowych oraz badań ankietowych. Hipotezą badawczą niniejszego opracowania jest stwierdzenie, że w polskich realiach gospodarczych pojęcie rachunkowości kreatywnej ma konotacje negatywne zarówno w odbiorze potocznym, jak i wśród osób zajmujących się zawodowo rachunkowością.

1. Geneza pojęcia „rachunkowość kreatywna” – kontekst międzynarodowy

Pojęcie rachunkowości kreatywnej funkcjonowało w literaturze anglojęzycznej już w latach 70. XX wieku jako określenie umyślnej polityki prowadzonej przez zarząd celem oszukania użytkowników sprawozdawczości odnośnie do majątku czy sytuacji finansowej jednostki (Argenti, 1976). Jednakże fraza „rachunkowość kreatywna” stała się szczególnie popularna w połowie lat 80. ubiegłego wieku za sprawą wypowiedzi dziennikarza Iana Griffithsa (1986), który w 1986 r. nazwał rachunkowość kreatywną oszustwem doskonałym, ponieważ jest ona oszustwem legalnym, sztuką swym kunsztem dorównującą koniowi trojańskiemu. Od tego czasu wielu innych autorów z Wielkiej Brytanii, Stanów Zjednoczonych czy Australii zaczęło posługiwać się pojęciem rachunkowości kreatywnej, jednoznacznie definiując ją jako sprytną manipulację danymi finansowymi (Hołda, Staszek, 2015a, s. 325).

Dla autorów brytyjskich, takich jak np. Jones (2011), Breton i Taffler (1995), Jameson (1998, s. 7–8) czy Smith (1992), rachunkowość kreatywna oznacza sprytnie oszustwo, które w sposób legalny, lecz moralnie wątpliwy, umożliwia wywieranie wpływu na decyzje użytkowników sprawozdań finansowych. Podobnego zdania są autorzy ze Stanów Zjednoczonych, między innymi Edwards (1989), Naser (1993) czy Comiskey i Mulford (2002). Także autorzy z Australii i Nowej Zelandii definiują rachunkowość kreatywną jako działania mające na celu wprowadzenie w błąd (Bosch, 1990; Revsine, 1991).

W krajach rachunkowości anglosaskiej rachunkowość kreatywna jest pojmowana jako zjawisko jednoznacznie negatywne, oznaczające manipulowanie danymi finansowymi zgodnie z wolą zarządu, mające na celu uzyskanie partykularnych korzyści, poprzez celowe wprowadzenie w błąd użytkowników sprawozdawczości finansowej. Mimo że to właśnie autorzy anglojęzyczni po raz pierwszy zdefiniowali rachunkowość kreatywną, autorzy z innych krajów nie zawsze zgadzają się z zaproponowanymi definicjami i jednoznacznym zaszeregowaniem pojęcia „rachunkowość kreatywna” jako zjawiska negatywnego. Wielu badaczy z innych krajów wskazuje bowiem na pozytywne aspekty rachunkowości kreatywnej, między innymi Hołda i Staszek (2015b, s. 133–143) oraz autorzy z Hiszpanii (Gabás, 1991), Francji (Raybaud-Turillo, Teller, 1997), Ukrainy (Pshenychna i in., 2014), Rosji (Sokolova, 2012), Chorwacji (Vremec, 1995), Bośni (Friganović, 2015, s. 86–88), Rumunii (Grosanu, 2013, s. 20).

Kompleksowej analizie, jak pojęcie rachunkowości kreatywnej funkcjonuje w literaturze fachowej w różnych państwach i regionach świata (w krajach Ameryki Północnej i Południowej, Europie oraz Rosji) dokonali w 2015 r. A. Hołda i A. Staszek (2016).

2. Istota rachunkowości kreatywnej w polskich warunkach gospodarczych

Pojęcie rachunkowości kreatywnej w świecie finansów i rachunkowości jest rozumiane wieloznacznie, ale często kojarzy się z zachowaniem nieuczciwym, wprowadzaniem w błąd czy nawet oszustwem. Co więcej, również w środowisku naukowym pojawiają głosy stawiające znak równości między rachunkowością kreatywną a oszustwem księgowym, i tak też jest często pojmowane przez opinię publiczną. Jednakże liczne autorytety z dziedziny rachunkowości wskazują na pozytywny aspekt rachunkowości kreatywnej, a część autorów sprzeciwia się utożsamianiu rachunkowości z fałszerstwem czy oszustwem.

Warto zwrócić uwagę, że pomiar w rachunkowości nigdy nie może zostać uznany za w pełni obiektywny, a jego dokładność zależy zazwyczaj zarówno od starań, jak i woli księgowego. Stąd rachunkowość kreatywna powinna być raczej utożsamiana z innowacyjnością w sposobie liczenia wielkości, które mają być prezentowane w sprawozdaniach finansowych (Surdykowska, 2004, s. 424). Innowacja ta ma prowadzić nie do osiągnięcia partykularnych korzyści księgowych czy zarządu, lecz do jak najrzetelniejszego ukazania w księgach rachunkowości sytuacji jednostki. W tym kontekście rachunkowość kreatywna jest więc błyskotliwym i twórczym stosowaniem zasad i metod

księgowych, a obszar swobody i elastyczności pozostawiony w systemie rachunkowości jest niezbędny w celu przedstawienia prawdziwego i wiernego obrazu jednostki. Poglądy te podziela wielu autorów, również wskazujących na pozytywne aspekty rachunkowości kreatywnej, między innymi B. Micherda (2004, s. 6), D. Krzywda (1999, s. 17–19), D. Przybyszewska (2008, s. 10), R. Kamiński i Ł. Owczarek (2008, s. 97), A. Hołda i A. Staszal (2015a, 2015b), podkreślając przy tym, że celem kreatywności jest prezentacja zdarzeń zgodnie z ich rzeczywistą treścią ekonomiczną.

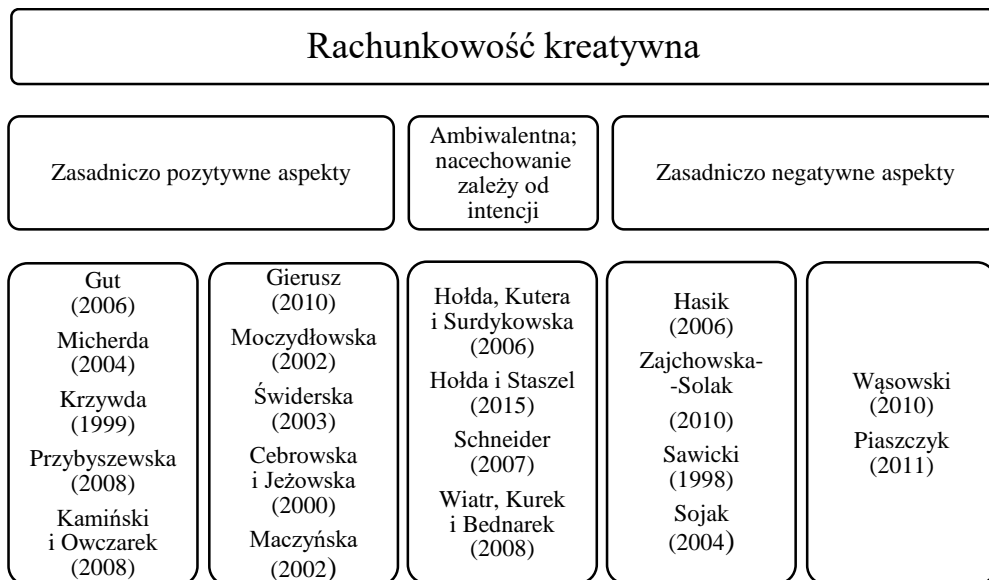
Inni autorzy rozumieją rachunkowość kreatywną zupełnie inaczej, traktując ją jako „zabieg kosmetyczny”, wykorzystywany do własnych intencji, a nie do pełniejszego wypełnienia zasady przedstawienia w sprawozdaniu finansowym jasnego i rzetelnego obrazu jednostki, lub też utożsamiając ją wprost z fałszowaniem sprawozdań finansowych (Wąsowski, 2010, s. 14; Piaszczyk, 2011, s. 61). Duża część autorów jest jednak zgodna, że pojmowanie kreatywnej rachunkowości jedynie jako synonimów fałszerstwa i manipulacji jest zdecydowanie zbyt uproszczeniem. Podzielają oni pogląd, że kreatywna rachunkowość „nie ma nic wspólnego z manipulacjami dokonywanymi w księgach rachunkowych i sprawozdaniach finansowych, skutkujących negatywnymi zjawiskami” oraz stwierdzają jednoznacznie, że kreatywność, właściwie pojmowana, jest w rachunkowości niezbędna (Świdarska, 2003, s. 10; Moczydłowska, 2002, s. 5). Z kolei niektórzy autorzy wskazują na wątpliwość dotyczącą zamiennego używania pojęć „rachunkowość kreatywna”, „rachunkowość agresywna”, „przestępstwo”, „oszustwo” i „defraudacja” (na przykład Gierusz, 2010, s. 1). Także T. Cebrowska i M. Jeżowski (2000) stawiają wyraźną granicę między niewypełnieniem zasad rachunkowości i przekroczeniem prawa, kiedy to używa się terminów „rachunkowość oszukańcza”, „maskowanie bilansu”, „fałszowanie sprawozdań finansowych” czy po prostu „działalność niezgodna z prawem”. Podobnego zdania jest M. Mączyńska (2002a, 2002b) tłumacząc, że jeżeli już musi stosować nazwę przymiotnikową dla rachunkowości w jej pejoratywnym znaczeniu, to posługuje się słowem „agresywna”, a nie „kreatywna”.

W opozycji do licznych głosów postulujących traktowanie rachunkowości kreatywnej wyłącznie jako zjawiska pozytywnego (na przykład Hulicka, 2006, s. 57) formułowany jest pogląd, zgodnie z którym kreatywna rachunkowość jest pojmowana co prawda nie jako oszustwo, lecz jako działanie dopuszczane przez prawo, ale będące jednocześnie na krawędzi legalności. Zwolennicy takiego podejścia uznają, że są to działania, które mają na celu przedstawienie wizerunku firmy zgodnie z zamierzeniem zarządu (kierownictwa), a nie z rzeczywistością ekonomiczną (Hasik, 2006, s. 196–197). Na przykład A. Kamela-Sowińska (2003, s. 4) stwierdza, że istotą kreatywnej rachunkowości jest takie prezentowanie sytuacji firmy, aby można było ukryć jej prawdziwy stan przed innymi akcjonariuszami i kredytodawcami.

Zbiorcze zestawienie poglądów autorów publikacji z zakresu rachunkowości w polskich realiach na temat tego, czym jest rachunkowość kreatywna przedstawiono na schemacie 1. Podzielono w nim definicje rachunkowości kreatywnej na te, które wskazują zasadniczo jej pozytywne aspekty, definicje, zgodnie z którymi rachunkowość kreatywna jest zjawiskiem ambiwalentnym oraz na definicje zasadniczo wskazujące na negatywne aspekty czy też wręcz utożsamiające to zjawisko z oszustwem.

Z przedstawionego przeglądu za pewien konsens można uznać odwołanie do kreatywnej rachunkowości oparte na wykorzystywaniu zakresu wolności oraz samodzielności księgowych w związku z brakiem odpowiednich wzorców, standardów i reguł, które stanowiłyby podstawę podejmowania decyzji. Takie ujęcie rachunkowości kreatywnej pozwala wskazać, że konotacja tego pojęcia może być zarówno pozytywna, jak i negatywna.

Schemat 1. Wartościowanie pojęcia rachunkowości kreatywnej



Źródło: opracowanie własne.

Jak wykazuje analiza fachowej literatury z zakresu rachunkowości, nie ma wśród autorów zgody co do zdefiniowania pojęcia „rachunkowość kreatywna”, jednakże duża część autorów wskazuje na pozytywne aspekty rachunkowości kreatywnej. Tymczasem w potocznym języku wyrażenie to funkcjonuje jednoznacznie jako synonim oszustwa, fałszowania sprawozdań finansowych. Powodem takiego potocznego rozumienia rachunkowości kreatywnej jest zapewne jej negatywny obraz kreowany przez media, głównie w artykułach dotyczących afer finansowych.

3. Rachunkowość kreatywna w polskiej prasie

Gdy na początku XXI wieku świat zaczęły obiegać informacje o serii wielkich skandalach finansowych, w polskich mediach nie używano pojęcia rachunkowości kreatywnej jako synonimu oszustwa. Jeszcze w 2002 r. najczęściej czytane gazety w Polsce (biorąc pod uwagę nakład), opisując afery finansowe związane z wielkimi amerykańskimi spółkami giełdowymi, takimi jak Enron czy WorldCom, wskazywały na spadek zaufania do

księgowych, „księgowość matactwa” czy „buchalteryjne sztuczki”, lecz nie wykorzystywały powszechnie pojęcia rachunkowości kreatywnej (Węglarczyk, 2002). Jednak niewiele później fraza „rachunkowość kreatywna” zaczęła pojawiać się w codziennej prasie nader często, stając się chwytliwym, ładnie brzmiącym synonimem oszust księgowych.

W 2002 r. krajowe gazety donosząc o skandalu w Xerox pisały: „To kolejna, po WorldCom, Enronie i Dynegy, afera w spółce amerykańskiej spowodowana kreatywną księgowością” (Kuźmich, 2002). Również na informacyjnych portalach internetowych można było przeczytać na przykład, że „kolos zaczął mieć trudności finansowe. Aby je ukryć, członkowie kierownictwa WorldComu uciekli się do kreatywnej księgowości” (<http://wiadomosci.wp.pl/kat,1349,title,USA-WorldCom-oglosil-bankructwo,wid,277912,wiadomosc.html?ticaid=111c05>). Również tłumaczenia artykułów z zagranicznej prasy operowały pojęciem rachunkowości kreatywnej. Rachunkowość kreatywna pojawiała się nawet w nagłówkach codziennej prasy, na przykład *Enron – ofiara rachunkowości kreatywnej* (2002) czy *Tfu(!)rcza księgowość* (Andrzejewski, Piński, 2002).

Określenie „kreatywna księgowość” jako zgrabny i wpadający w ucho synonim nieuczciwych praktyk na stałe zagościło w medialnym słowniku, w komunikatach takich jak na przykład: „Andrew Fastow, były dyrektor finansowy Enronu, został skazany na sześć lat więzienia za kreatywną księgowość, która cztery lata temu doprowadziła do upadku giganta energetycznego” (2006)” czy „kreatywny księgowy okradał senat” (<http://www.rmf24.pl/fakty/polska/news-kreatywny-ksiegowy-okradal-senat,nId,183377>), utwierdzając opinię publiczną w przekonaniu, że rachunkowość kreatywna oznacza sprytne, księgowe oszustwo.

Media wprowadziły też drugą definicję rachunkowości kreatywnej, nazywając ją manipulowanie dochodami i wydatkami w celu wykreowania korzystniejszego obrazu budżetu, deficytu czy długu publicznego. Począwszy od roku 2007 ponownie w codziennej prasie zaczęły się pojawiać nagłówki dotyczące rachunkowości kreatywnej, na przykład *Kreatywna księgowość ratuje przyszłoroczne budżety* (Głapiak, 2007), *Kreatywna księgowość nie znika z finansów Polski* (Rybiński, 2009) czy *Obnażenie kreatywnej księgowości rządu greckiego* (Ziemkiewicz, 2010).

W konsekwencji w mediach, a przez to również i w opinii publicznej rachunkowość kreatywna zaczęła występować w dwóch znaczeniach: w pierwszym z nich jest ona łagodną nazwą nadanym oszustwom księgowym, w drugim oznacza natomiast manipulowanie wielkościami deficytu i długu publicznego. Definicja podana w „Gazecie Wyborczej” brzmi: „Pojęcie kreatywnej księgowości jest znane od dawna i dotyczy zarówno firm, jak i rządów. Te pierwsze próbują poprawić wyniki finansowe, aby łatwiej uzyskać finansowanie zewnętrzne, wypłacić dywidendę akcjonariuszom lub bonusy menedżerom. Rządy «poprawiają» statystykę budżetową, aby obejść limity deficytu publicznego i długu publicznego nałożone przez ustawy, konstytucje lub traktaty międzynarodowe. W odróżnieniu od fałszerstwa danych, kreatywna księgowość korzysta z prawdziwych danych pierwotnych, wykorzystując jednak luki metodologiczne i definicyjne dla agregowania i prezentacji wskaźników w sposób korzystny dla autora sprawozdania” (Dąbrowski, 2013).

Definicja ta dobrze oddaje to, w jaki sposób media rozumieją rachunkowość kreatywną, często korzystając z tej frazy w swoich artykułach. W tabeli 2 przedstawiono wyniki analizy ilościowej doniesień prasowych z lat 2001–2013. Analiza została dokonana w lutym 2015 r. i polegała na sprawdzeniu, w jakim kontekście w wybranej puli najczęściej czytanych gazet (według danych dotyczących czytelnictwa w 2014 r.) pojawiały się frazy „rachunkowość kreatywna”, „rachunkowość agresywna”, „księgowe triki”, „fałszowanie sprawozdań finansowych” oraz „oszustwa księgowe”. Badanie wskazuje, że rachunkowość kreatywna jest zdecydowanie najpopularniejszym określeniem używanym przez dziennikarzy, niemal zawsze w negatywnym kontekście. Określenie „rachunkowość kreatywna” pojawiało się w prasie w negatywnym znaczeniu aż 715 razy, podczas gdy hasło „fałszowanie sprawozdań finansowych”, mimo że poprawnie opisujące mające miejsce zdarzenia, zostało użyte tylko 105 razy. Inne określenia, które mogłyby opisywać afery księgowe, były używane jeszcze rzadziej (tabela 1).

Tabela 1. Kontekstowe ujęcie fraz dotyczących rachunkowości kreatywnej i pokrewnych w latach 2001–2013 w Polsce

Użyte wyrażenie	Częstotliwość występowania danej frazy w analizowanych artykułach prasowych
Kreatywna rachunkowość	715 razy w znaczeniu negatywnym 11 razy w znaczeniu pozytywnym
Agresywna rachunkowość	13 razy w znaczeniu negatywnym 3 razy w znaczeniu pozytywnym
Księgowe triki	35 razy w znaczeniu negatywnym
Fałszowanie sprawozdań finansowych	105 razy w znaczeniu negatywnym
Oszustwa księgowe	93 razy w znaczeniu negatywnym

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki przeprowadzonej analizy mogą sugerować, że w rezultacie używania przez dziennikarzy frazy „rachunkowość kreatywna” bardzo często i niemal wyłącznie w negatywnym znaczeniu, tak samo jest ona pojmowana przez osoby niezajmujące się na co dzień księgowością.

4. Wyniki badań ankietowych profesjonalnych księgowych

W celu zdiagnozowania opinii księgowych, biegłych rewidentów i praktyków z zakresu księgowości na temat tego, czym jest rachunkowość kreatywna oraz oszustwo, przeprowadzono badania ankietowe na próbie 187 osób z tej grupy docelowej. Badania przeprowadzono w okresie od września 2013 r. do lutego 2015 r.

Ponad połowa (54%) ankietowanych księgowych oraz połowa badanych biegłych rewidentów stwierdziła, że rachunkowość kreatywna zawsze skutkuje wprowadzeniem w błąd użytkowników sprawozdań, jedynie 20% ogółu ankietowanych wskazało, że rachunkowość kreatywna nie musi oznaczać wprowadzenia w błąd. Co więcej, w przypadku prawie połowy ankietowanych księgowych i połowy biegłych rewidentów rachunkowość kreatywna oznacza jednoznacznie manipulowanie sprawozdawczością finansową, ponadto 38% księgowych i aż 65% biegłych rewidentów sądzi, że obejmuje ona także działania niezgodne z prawem. Dla ponad 40% ogółu badanych rachunkowość kreatywna to inne określenie procederu fałszowania sprawozdań finansowych.

Mimo wydawałoby się jednoznacznego pojmowania rachunkowości kreatywnej jako zjawiska negatywnego (co stwierdza 38% badanych), ponad połowa ankietowanych uznała jednocześnie, że rachunkowość kreatywną można rozumieć nie tylko w jej negatywnym aspekcie, lecz również jako grupę zjawisk zarówno negatywnych, jak i pozytywnych. Aż 1/3 księgowych traktowała rachunkowość kreatywną jako działania innowacyjne, mające na celu ukazanie jak najbardziej rzeczywistego i zgodnego ze stanem faktycznym obrazu jednostki. Tego samego zdania było jedynie 12% biegłych rewidentów.

Ponad 48% księgowych i 35% biegłych rewidentów uważa, że mianem rachunkowości kreatywnej należy określać prezentację zdarzeń zgodnie z ich rzeczywistą treścią ekonomiczną, lecz w sposób niewskazany bezpośrednio przepisami prawa. Powyższe badania dowodzą więc, że przynajmniej 1/3 ankietowanych jest świadoma przedstawianego przez większość autorów fachowej literatury pozytywnego znaczenia kreatywnej księgowości. Natomiast aż 64% księgowych i 60% biegłych rewidentów kojarzy rachunkowość kreatywną z ujęciem w księgach rachunkowych operacji niezgodnie ze stanem faktycznym w sposób legalny, ale moralnie wątpliwy.

Środowisko księgowych kojarzy rachunkowość kreatywną przede wszystkim z manipulacją, jednakże 1/3 ankietowanych uznaje rachunkowość kreatywną za praktyki pozytywne, mające na celu lepsze skwantyfikowanie problematycznych obszarów życia gospodarczego. Co ciekawe, mimo że wyniki ankiet wskazują na świadomość ankietowanych co do tego, czym jest rachunkowość kreatywna i jej pozytywnego znaczenia, to jednak 63% biegłych rewidentów i 1/3 księgowych stwierdza, że nieuczciwe praktyki z Enronu i WorldComu słusznie zostały nazwane rachunkowością kreatywną, a aż 34% ogółu badanych nazywa tak również malwersacje parabanku AmberGold.

Poglądy wśród praktyków rachunkowości są podzielone – większość z nich traktuje kreatywną rachunkowość jako fałszowanie danych finansowych i obraz ten jest w wielu aspektach podobny do tego wykreowanego przez media. Natomiast warto podkreślić, że nie mała grupa praktyków zajmuje stanowisko często występujące wśród autorów fachowej literatury, a wskazujące na inne znaczenie rachunkowości kreatywnej – jako twórczych czynności w celu jak najpełniejszego wypełnienia zasady *true and fair view* w prezentowaniu jednostki gospodarczej w sprawozdaniu finansowym.

Wnioski i zakończenie

Kreatywność jest procesem myślowym, w wyniku którego powstają nowe idee i koncepcje, a problemy są rozwiązywane w sposób oryginalny i właściwy (Sternberg, 1998, s. 99). Etymologicznie słowo „kreatywny” wywodzi się z łaciny (Kopalinski, 2008, s. 280): łacińskie *creatio* oznacza stwarzać, ustanawiać. Jeżeli rachunkowość przyjmuje miano kreatywnej, powinno to oznaczać nic innego, jak twórcze wykorzystywanie reguł lub ich braku w celu wzniosłym i właściwym, a więc tak, aby jak najwierniej ukazać rzeczywistość gospodarczą.

Tymczasem pojęcie kreatywnej rachunkowości większości osób kojarzy się jednoznacznie z zachowaniem nieuczciwym, wprowadzaniem w błąd czy nawet oszustwem. Wskazuje na to zarówno przedstawiona analiza doniesień prasowych, jak i badania ankietowe przeprowadzone wśród praktyków rachunkowości (księgowych i biegłych rewidentów). Nawet w środowisku naukowym, gdzie zazwyczaj wskazywane są definicje rachunkowości kreatywnej uwzględniające jej pozytywne aspekty, pojawiają się liczne głosy stawiające znak równości między rachunkowością kreatywną a oszustwem księgowym.

Wśród autorów fachowej literatury z zakresu rachunkowości różnych państw, również i w Polsce, zdania na temat tego, czym jest rachunkowość kreatywna są podzielone (Hołda, Staszal, 2016). Wielu autorów, stojąc w opozycji wobec pierwszych definicji rachunkowości kreatywnej podanych przez autorów anglojęzycznych, wskazuje na pozytywne aspekty rachunkowości kreatywnej, postulując, by nie wykorzystywać tego pojęcia do określania manipulacji i oszustw księgowych (Hołda, Staszal, 2015b; Hulińska, 2008). Tymczasem analiza zarówno wyników wyszukiwania w Internecie hasła „rachunkowość kreatywna”, jak i wyników badań ankietowych jasno wskazały, że zarówno osoby niezajmujące się rachunkowością, jak i księgowi czy nawet biegli rewidenty utożsamiają rachunkowość kreatywną z oszustwem, manipulowaniem danymi finansowymi przez zarząd i celowym wprowadzaniem w błąd użytkowników sprawozdań finansowych.

Mimo że opinia publiczna rozumie rachunkowość kreatywną jako zjawisko o konotacji negatywnej, autor niniejszego artykułu proponuje zdefiniowanie rachunkowości kreatywnej jako dokonywanie zgodnych z prawem i własnym uznaniem wyborów pomiędzy różnymi metodami postępowania w sytuacjach, w których odpowiednie wzorce czy standardy nie wskazują bezpośredniego sposobu rozwiązania problemu bądź wskazują alternatywne podejścia. W przedstawionym rozumieniu rachunkowość kreatywna zawsze oznacza działania zgodne z szeroko rozumianym prawem (tj. karnym, cywilnym, gospodarczym, a w szczególności bilansowym) i w konsekwencji sama w sobie nie jest pojęciem wartościującym.

Rachunkowość kreatywna w powyższej definicji zakłada spełnienie kryterium wiarygodności informacji ekonomicznej, a w szczególności jej cech jakościowych (bezbiegłość, neutralność i kompletność) (Hołda, Staszal, 2015b). Definicja podana przez

autora jest zgodna z definiowaniem rachunkowości kreatywnej przez wielu badaczy na całym świecie jako działań całkowicie legalnych. Co więcej, definicja ta łączy kilka różnych stanowisk, wskazując, że konotacja tego zjawiska może być zarówno pozytywna, jak i negatywna, w zależności od tego, jak zostanie wykorzystany zakres wolności.

Jak wykazano w opracowaniu, nie można potwierdzić hipotezy badawczej stwierdzającej, że w polskich realiach gospodarczych pojęcie rachunkowości kreatywnej ma konotacje negatywne zarówno w odbiorze potocznym, jak i wśród osób zajmujących się zawodowo rachunkowością. Pojęcie to w rozumieniu potocznym (w tym ujęcie w prasie i mediach codziennych) ma jednoznacznie negatywną konotację, natomiast percepcja tego pojęcia przez profesjonalnych księgowych w Polsce jest wieloznaczna.

Literatura

- Andrzejewski P., Piński J. (2002), *Tfu(!)rcza księgowość*, „Wprost”, 27 (1023).
- Argenti J. (1976), *Corporate Collapse: the Causes and Symptoms*, McGraw Hill, New York.
- Bednarek G., Wiatr M., Kurek M. (2008), *Sprawozdawczość finansowa a kreatywna rachunkowość – propozycja bilansu wg W. Osbahra*, [w:] E. Walińska (red.), *Polska praktyka rachunkowości w kontekście procesu harmonizacji międzynarodowej sprawozdawczości finansowej*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Bosch H. (1990), *The Workings of a Watchdog*, William Hainemann, Melbourne.
- Cebrowska T., Jeżowski M. (2000), *Falszowanie i fryzowanie bilansów – nieco historii*, „Problemy Rachunkowości”, 1.
- Clarke F., Dean G., Oliver K. (2003), *Corporate Collapse: Accounting, Regulatory and Ethical Failure*, Cambridge University Press, Edinburgh.
- Comiskey E.E., Mulford Ch.W. (2002), *The Financial Numbers Game. Detecting Creative Accounting Practices*, Wiley, New York.
- Dąbrowski M. (2013), *Emerytury zepchnięto na boczny tor*, „Gazeta Wyborcza”, 16 września.
- Enron – ofiara kreatywnej księgowości*, „Gazeta Wyborcza”, 9 grudnia.
- Edwards J. (1989), *A History of Financial Accounting*, Routledge, New York.
- Fričanović M. (2015), *Kreativno računovodstvo i upravljanje zaradama*, Poslovni savjetnik.
- Gabás F. (1991), *El marco conceptual de la contabilidad financiera*, AECA, Madrid.
- Gierusz K. (2010), *Pojęcia i przejawy rachunkowości kreatywnej*, „Accountica”, 17.
- Giner G. (1992), *La contabilidad creativa*, „Partida Doble”, 21.
- Głapiak E. (2007), *Kreatywna księgowość ratuje przyszłoroczne budżety*, „Rzeczpospolita”, 11 grudnia.
- Griffiths I. (1986), *Creative Accounting. How to Make Your Profits What You Want Them to Be*, Allen & Unwin, London.
- Grosanu A. (2013), *Contabilitate creativă*, Editura ASE, București.
- Gut P. (2006), *Kreatywna księgowość a falszowanie sprawozdań finansowych*, C.H. Beck, Warszawa.
- Hasik W. (2006), *Polityka bilansowa (rachunkowość kreatywna) a controlling operacyjny w małych i średnich przedsiębiorstwach*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu”, 1101.
- Hołda A., Kutera M., Surdykowska S. (2006), *Oszustwa księgowe – teoria i praktyka*, Difin, Warszawa.
- Hołda A., Staszal A. (2016), *Definitions, perception and functioning of creative accounting in the theory and practice of different languages, countries and parts of the World*, „China-USA Business Review” (w druku).
- Hołda A., Staszal A. (2015a), *Is it creative accounting, risk management, manipulation or a fraud?*, [in:] A. Jaki, B. Mikula (eds), *Knowledge-Economy-Society Managing Organizational: Concept of their Applications*, Wydawnictwo Fundacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.

- Hołda A., Staszek A. (2015b), *Pozytywne aspekty rachunkowości kreatywnej*, [w:] B. Micherda (red.), *Sprawozdawczość i rewizja finansowa – ukierunkowania ekonomiczne, społeczne i regulacyjne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Hulicka M. (2008), *Oszukańcza sprawozdawczość finansowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Jameson M. (1998), *Practical Guide to Creative Accounting*, Kogan Page, London.
- Jones M. (2011), *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*, Wiley, Chichester.
- Kamiński R., Owczarek Ł. (2008), *Polityka przedsiębiorstw w zakresie sprawozdawczości finansowej*, Wydawnictwo Ars boni et aequi, Poznań.
- Kamela-Sowińska A. (2003), *Skąd się wzięła sprawa ENRONu*, „Rachunkowość”, 4.
- Kopaliński W. (2000), *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Świat Książki, Warszawa.
- Księgowy Enronu skazany* (2006), „Gazeta Wyborcza”, 27 września.
- Krzywda D. (1999), *Rachunkowość finansowa*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa.
- Kuźmich M. (2002), *Xerox. Kolejny skandal na amerykańskiej giełdzie*, „Gazeta Wyborcza”, 28 czerwca.
- Mączyńska E. (2002a), *Nie twórcza, tylko agresywna*, „Gazeta Prawna”, 219.
- Mączyńska E. (2002b), *To zwykła defraudacja*, „Rzeczpospolita”, 9 sierpnia.
- Micherda B. (2004), *Współczesna rachunkowość w kreowaniu wiarygodnego obrazu działalności jednostki gospodarczej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Moczyłowska W. (2002), *Kreatywna tak, agresywna nie*, „Gazeta Prawna”, 229.
- Naser K. (1993), *Creative Financial Accounting: Its Nature and Use*, Prentice Hall, Hemel Hempstead.
- Piaszczyk A. (2011), *System kontroli przedsiębiorstwa w gospodarce pokrzyżysowej na przykładzie jednostek zainteresowania publicznego*, C.H. Beck, Warszawa.
- Przybyszewska D. (2008), *Rachunkowość kreatywna – kiedy jest traktowana jako przestępstwo?*, „Gazeta Podatkowa”, 52 (467), 30 czerwca.
- Raybaud-Turillo B., Teller R. (1997), *Comptabilité créative, Encyclopédie de Gestion*, 2ème édition, Economica, s. 508–527.
- Rybiński K. (2009), *Kreatywna księgowość nie znika z finansów Polski*, „Rzeczpospolita”, 7 września.
- Sawicki K. (red.) (1998), *Polityka bilansowa i sprawozdawczość finansowa w zarządzaniu firmą*, Ekspert, Wrocław.
- Schneider K. (2007), *Błędy i oszustwa w dokumentach finansowo-księgowych*, PWE, Warszawa.
- Sojak S. (2004), *Kreatywna rachunkowość – fałszerstwo, czy pomysł na wyższy zysk?*, „Roczniki Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Toruniu”, 3 (3).
- Sokolova N.A. (2012), *Креативный учет: причины возникновения и последствия*, „Finance and Business”, 3.
- Sternberg R.J. (1998), *The Nature of Creativity: Contemporary Psychological Perspectives*, Cambridge University Press, New York.
- Surdykowska S. (2004), *Rachunkowość kreatywna a MSR/MSSF*, [w:] M. Gmytrasiewicz, A. Karmańska (red.), *Polska szkoła rachunkowości*, Zjazd Katedr Rachunkowości, SGH, Warszawa.
- Świdarska G.K. (2003), *Zmiany w prawie gospodarczym a kreatywna rachunkowość*, [w:] *Rewizja finansowa a zmiany w prawie gospodarczym*, KIBR, Warszawa.
- Vremec L. (1995), *Kreativno računovodstvo. Diplomsko delo*, Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- Wąsowski W. (2010), *Kreatywna rachunkowość. Falszowanie sprawozdań finansowych*, Difin, Warszawa.
- Węglarczyk B. (2002), *Upadek cesarstwa Enronu*, „Gazeta Wyborcza”, 18 stycznia.
- Zajchowska-Solak E. (2010), *Rachunkowość kreatywna – wpływ na rzetelność sprawozdań finansowych*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie”, 17.
- Ziemkiewicz R.A. (2010), *Europa, czyli nowa Jugosławia*, „Rzeczpospolita”, 30 września.

Źródła internetowe

Pshenychna A.ZH., Veryha YU.A., Kravchenko I.YU. (2014), *Прояви креативного обліку в економічній злочинності*, <http://www.readera.org/article/projavye-kreatyevnoho-obliku-v-ekonomichniy-zlochyenosti-10152320.html> (dostęp 31.12.2015).

<http://wiadomosci.wp.pl/kat,1349,title,USA-WorldCom-oglosil-bankructwo,wid,277912,wiadomosc.html?tid=111c05> (dostęp 31.12.2015).

<http://www.rmfm24.pl/fakty/polska/news-kreatywny-ksiegowy-okradal-senat,nId,183377> (dostęp 31.12.2015).