

THE ART OF "CREATIVE ACCOUNTING" IN THE CURRENT ECONOMIC CONTEXT

Associate Professor Florentina MOISESCU

Faculty of Economics and Business Administration,
“Dunrea de Jos” University of Galati, Romania
Email: florym2003@yahoo.com

Abstract: *In Romania, the current economic and financial crisis has led to a fast disappearance of a significant number of Romanian companies, fact that has led the Romanian entrepreneurs to a series of desperate measures such as creative accounting. This study aims to highlight the expansion of creative accounting in the current economic context and the implications of its use. What apparently seems to be a "lifeboat" in the "rough waters of the crisis" actually proves, most of the times, to be just a compromise, with short term gain being chosen instead of long-term financial viability. Primarily, the purpose of this study is to emphasize the fragility of the "border" that exists between creative accounting and fraud and how easily it is for someone to break it. Secondly, it aims to answer the question that arises more often in the minds of entrepreneurs: "Is creative accounting an optimal solution to overcome the financial crisis?"*

Keywords: *creative accounting, financial crisis, financial scandal, fraud.*

JEL Classification: *M4.*

1. Introduction

The concept of "creative accounting" has been used for a long time in the United Kingdom and was taken up in several papers under the name of "imaginative accounting" or "accounting of intent" (Alexander and Britton, 2004). As its name suggests, creative accounting is an art ("the art of faking a balance sheet", "the art of calculating benefits", "the art of presenting a balance sheet", "the art of creating provisions") as it involves a complex process of creation and innovation in the part of the accountants. They take advantage of the possibility of interpreting legal documents and the existence of numerous options to solve various accounting problems and manage to draw the desired accounting result.

British researcher J. Argenti is addressing the concept of creative accounting for the first time in literature in 1973, setting a direct connection between it and the incompetence of managers. It is because of this that there has been a decline of business, which in Argenti's view is also a foreboding hint of crisis, giving the impression of foreseeing the current economic situation. E. Salustro and B. Lebrun believe that the "creative accounting" phenomenon has developed especially during crisis. As a consequence, managers are tempted to resort to ingenious methods that are often questionable, in order to improve the state of the accounts" (Delesalle, 2000).

The full definition is considered to given by Naser. He states that creative accounting is the process by which, given the existence of gaps in rules, figures are being manipulated. Exploiting this given flexibility, one may choose the evaluation and disclosure methods that enable the transformation of synthesis documents from what they should be to what managers want. Naser also considers creative accounting to be the process by which transactions are structured in such a way that will allow one to obtain the desired accounting result (Naser, 1993).

Since accounting plays an essential role in the success or failure of any business, creative accounting always plays a key role in financial scandals, reflecting the extreme ways in which figures can be manipulated to mislead or even defraud.

A positive approach of creative accounting (Shah and Butt, 2011) considers that: "If used correctly, it can be of great benefit to the user; but if it is mishandled or goes into the hands of the wrong person, it can cause much harm. Creative Accounting has helped more

companies to get out of a crisis than land them into a crisis. The weapon is almost always innocent; the fault whenever it emerges lies with the user".

2. Scope, objectives and research methodology

Through the present study, using both quantitative and qualitative research methods, we aim to highlight the expansion of creative accounting in the actual economic context and seek to answer one of the questions that arises more and more frequently in the minds of entrepreneurs "Is creative accounting an optimal solution to overcome the financial crisis?".

With this in mind, we have initiated a scientific research among companies nationwide. The main method used to collect material for this empirical study is quantitative and involves the usage of questionnaires aimed at two categories of respondents: managers and accountants from Romania. The sample was multilayered, so that from each city a number of companies were selected depending on local development level. It was tried to select them from various fields, in order to make the sample more representative for today's business environment. Processing and interpretation of the collected data has been achieved using statistical functions in Microsoft Office Excel 2007.

The questionnaire intends to reveal the opinions on using creative accounting in the current economic situation, if the dressing up of the financial statements is absolutely necessary and if it represents an optimal solution to overcome financial crisis. We have also highlighted the results obtained by societies which apply different accounting methods through quantitative methods. For this purpose, a study will be performed using comparative analysis.

3. Empirical study on the role of creative accounting in local businesses' life

Crisis periods are very difficult for companies. On the background of fund diminishing and increasingly harsh conditions, companies will try to take advantage more and more of the existing legislative loopholes which allow them to obtain the funds and the economic benefits they want. For some economic agents, resorting to creative accounting techniques tends to become the only chance to save themselves from the "rough waters of the crisis".

Unlike the studies conducted so far on this issue, this paper aims to differentiate itself through originality in terms of purpose, namely to identify the role and place of creative accounting in the economic life of companies in the current economic context.

The target group comprises of managers and professional accountants as they have the main role in the organizing and conducting of the financial statements' process. We have selected a number of 150 companies nationwide, sent them an electronic questionnaire and requested an answer. All responses were anonymous and used only for statistical analysis. Out of all validated questionnaires, 67% were completed by professional accountants and 33% by the managers from the selected companies. From the total respondents, about 79% admitted having used creative accounting, mostly after the beginning of the global economic crisis (91%).

Regarding the aims with which creative accounting techniques were used, the choices made by the target group are:

- obtaining a financial credit;
- attracting new investors;
- small tax dividends payment;
- maintaining company reputation;
- others.

The main question of the questionnaire focused on professional accountants' and managers' opinion regarding the statement: "Creative accounting is an optimal solution to overcome the financial crisis?". Out of all respondents, 60% had an affirmative response.

4. Creative accounting and the major financial scandals

Financial engineering has been applied more and more strongly since the beginning of the economic crisis, being used not only in large and developed countries but also in small and developing countries. Both big and small companies have resorted to these types of economic tricks. Propagation of the economic crisis from the U.S. to the other countries of the world was possible due to the global financial and economic interdependence.

The collapse of the Lehman Brothers on 15 September 2008 is considered the largest bankruptcy in U.S. history and it is seen as the generator of the economic crisis that followed. In 2007 Lehman Brothers was considered 1st in the top of the most popular companies in the financial sector, says Fortune Magazine. Using creative accounting, the company has "camouflaged" \$ 50 billion sales, which were in fact loans. People involved were managers at Lehman's and auditors from Ernst & Young who sold toxic assets to Cayman Island banks, considering they could recover them later and leaving the impression that Lehman had a 50 billion dollars bigger capital.

Another example is the scandal of "Bernard L. Madoff Investment Securities LLC", an investment company on Wall Street, founded by Bernie Madoff, which used the largest Ponzi scheme ever, deceiving investors with 64.8 billion dollars. People involved were Bernie Madoff, David Friehling (Madoff's accountant) and Frank DiPascalli. Using various financial tricks, investors were paid with money from their own investments and not from their profits.

Creative accounting was also seen in the Saytam scandal (B nil , 2012), an IT service and accounting company in India, which falsifying the balance sheet, reported a false revenue increase by 50 billion rupees (equivalent to \$ 1.5 billion).

In 2009, Lee Farkas, the former chairman of Taylor Bean & Whitaker Mortgage Corp., caused the collapse of TBW and Colonial Bank by frauding it up to \$ 2.9 billion (Arnold, 2009). The company's huge losses were possible using accounting tricks carried out on Colonial's Bank accounts by selling mortgage credit packages that were inexistent, in decline, or previously sold to other recipients.

In Romania, dressing up the financial statements led to the beginning of national scandals (Lupasteanu and Ispas, 2012), involving the Economy Ministry's structures. Relevant is the BRD-GSG case, when using financial engineering that surpassed the law and involving a large number of important people, nonperforming, unfavorable loans were able to be distributed. The plan was exposed by the Romanian government and the guilty people brought to justice. A number of companies were founded or taken over by Michael Stan and Daniel Ruse and associated to their relatives or friends' names. The next step was to "dress up" these companies by fictitious capital raising, giving the impression of a successful business and the possibility to obtain loans fast. The 22 million euro fraud was possible due to the ingenious way in which the group members declared their data to the Financial Administration. They made up the impression that their data was authentic when the bank personnel checked it. These are just a few examples of the numerous scandals that rocked the financial world in the last years. They were mainly possible because of the "contribution" of creative accounting.

5. Using creative accounting

It is very important to understand that although creative accounting respects the law but not its spirit, it should not be mistaken for fraud. Accounting fraud is characterized by

bad faith acts by which it violates the law, having a negative character and usually occurs when creative accounting practices are aggressively applied on long periods of time and are based on significant amounts of money. Therefore, it can be said that creative accounting practices are not “harmful” per se, but can gain negative value through the goals and intentions they are used for (Table no. 1).

Table no. 1. Using creative accounting

FOR	AGAINST
<ul style="list-style-type: none"> - "Dressing up" the accounting result to obtain external financing in order to ensure the continuity of business, thus avoiding bankruptcy which would imply a series of significant costs for the society and the economy: loss of business, increasing unemployment, null budget contributions, putting at risk the business partners -Helps economic agents to adapt and keep up with the economic, legal and social progress 	<ul style="list-style-type: none"> - Creative accounting is used to obtain bank loans or attract new investors when the company finds its self in imminent decline. This may be associated with a major disaster as it will not do anything else than delay an inevitable end and cause significant damage to attracted creditors / investors - Changing financial statements by managers when their salary is determined according to the company's performance will cause the misinforming of those who use financial – accounting information - “Dressing up” financial statements in order to favor a particular class of users of financial – accounting information and harming another category of users, taking advantage of existing legislative loopholes - Forging accounting records in order to "cover" the incompetence of managers - Tricking banking institutions by starting fictitious companies in order to obtain credits - Modeling financial statements in order to attract funds, especially nonrefundable funds

Although it seems hard to believe, between correct and creative accounting there is only one step.

6. Conclusions

Creative accounting in the current economic climate is regarded by the economic agents as a temporary solution to the crisis, which many times leads to fraud and inevitably to bankruptcy.

Although to the development of financial tricks take part professional accountants, it is important to remember that these are tools meant to support the management, especially the nonperforming one. This is not something reprehensible as long as they are not aggressively applied on long periods of time, regarding significant amounts of money, thus transforming themselves into fraud. It is also important not to pursue the misleading of the financial statement users and make sure not to forge documents. In consequence we can say that the practices of creative accounting are not bad per se, but can gain negative value through the goals and intentions they are used for.

From one point of view, creative accounting can be a sustainable alternative to overcome the critical moments and to benefit from the material benefits meant to ensure

the continuity of the economic agent. In this way bankruptcy is avoided and no longer attracts a number of significant costs to society and economy: loss of business, increasing unemployment, null budget contributions, putting at jeopardy the business partners who are involved.

We suggest as an alternative to using creative accounting in order to avoid the "swallowing" of the economic agent by the "crisis", the redirection of resources towards other activities. It is wrong to imagine that, as long as the crisis exists, there is no chance of success in business. On the contrary, being the art of speculating the right moment, business, for those who understand it, becomes an opportunity for gaining significant amounts of money during crisis.

References

1. Alexander, D. and Britton, A., 2004. *Financial reporting*. Seventh Edition. London: Thomson Learning.
2. Arnold, P.J., 2009. Global financial crisis: The challenge to accounting research. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6), pp.803-809.
3. B nil , S.M., 2012. *Top10 scandaluri de contabilitate în marile companii americane*. Available at: <http://www.manager.ro/>
4. Delesalle, F.E. and Delesalle, E., 2000. *La comptabilité et les dix commandements*. Paris: FID Édition.
5. Lupasteanu, C. and Ispas, L., 2012. *Dosarul fraudelor bancare. Cosmetizarea societ ăilor pentru ale face eligibile pentru b ncile fraudate*. Available at: www.revista22.ro.
6. Naser, K., 1993. *Creative Financial Accounting: Its Nature and Use*, Hemel Hempstead: Prentice Hall, London.
7. Shah, S.Z.A. and Butt, S., 2011. Creative Accounting: A Tool to Help Companies in a Crisis or a Practice to Land Them into Crises. *International Conference on Business and Economic Research*, IACSIT Press, Singapore, 16, p.96.

ARTA “CONTABILITĂȚII CREATIVĂ” ÎN CONTEXTUL ECONOMIC ACTUAL

Conf. univ. dr. Florentina MOISESCU

Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor,
Universitatea “Dunărea de Jos” din Galați, România

Email: florym2003@yahoo.com

Rezumat: În România, actuala criză economico-financiară a dus la dispariția cu repeziune a unui însemnat număr de firme românești, fapt care i-a condus pe antreprenorii români la o serie de măsuri disperate, printre care se numără și contabilitatea creativă. Acest studiu își propune să evidențieze expansiunea contabilității creative în contextul crizei economice actuale, precum și implicațiile utilizării sale. Ceea ce aparent pare a fi “o barcă de salvare” din “apele învolburate ale crizei” se dovedește de fapt, de cele mai multe ori, a fi doar un compromis, fiind ales că tîgul pe termen scurt în detrimentul viabilității financiare pe termen lung. Scopul acestui studiu este, pe de o parte, de a sublinia finele “granitei” care există între contabilitatea creativă și fraudă și cât de ușor se poate încalca aceasta, iar pe de altă parte de a răspunde la întrebarea care se naște tot mai adesea în mintea antreprenorilor “Este contabilitatea creativă o soluție optimă pentru a depăși criza financiară?”.

Cuvinte-cheie: contabilitate creativă, criza financiară, scandal financiar, fraudă.

Clasificare JEL: M4.

1. Introducere

Conceptul de contabilitate creativă își are originea în traducerea expresiei “creative accounting” utilizat de mult timp în Marea Britanie, fiind preluat, în mai multe lucrări de specialitate, sub denumirea de „contabilitate imaginativă” sau “contabilitate de intenție”(Alexander și Britton, 2004).

După cum sugerează și numele său, contabilitatea creativă este o artă (“arta de a truca un bilanș”; “arta de a calcula beneficiile”, “arta de a prezenta un bilanș”; “arta de a crea provizioane”) întrucât presupune un proces complex de creație și inovație din partea profesionistului contabil care, profitând de posibilitatea interpretării actelor normative și de existența numeroaselor opțiuni în rezolvarea diferitelor probleme contabile, reușește să “creioneze” rezultatul contabil dorit.

Cercetătorul britanic J. Argenti este cel care abordează, pentru prima dată în literatură, în anul 1973, noțiunea de contabilitate creativă, stabilind o conexiune directă între aceasta și incompetența managerilor care, de cele mai multe ori, conduce la declinul afacerilor, constituind, în opinia sa, un indiciu prevestitor de criză, anticipând, parțial, situația economică actuală. Salustro și Lebrun consideră că fenomenul de contabilitate creativă s-a dezvoltat, în special, în perioadele de criză. Ca urmare, managerii sunt tentați să recurgă la procedee ingenioase, adesea discutabile, pentru a ameliora prezentarea conturilor (Delesalle, 2000).

Cea mai completă definiție este considerată cea dată de Naser, potrivit căreia contabilitatea creativă este: procesul prin care, dată fiind existența unor breșe în reguli, se manipulează cifrele contabile și, profitând de flexibilitate, se alege acele practici de măsurare și divulgare ce permit transformarea documentelor de sinteză din ceea ce ele ar trebui să fie în ceea ce managerii doresc; și, totodată, procesul prin care tranzacțiile sunt structurate de asemenea manieră încât să permit obținerea rezultatului contabil dorit (Naser, 2003).

Întrucât contabilitatea ocupă un loc esențial în succesul sau eșecul oricărei afaceri, contabilitatea creativă joacă întotdeauna un rol-cheie în scandalurile financiare, reflectând modurile extreme în care cifrele pot fi manipulate pentru a induce în eroare sau chiar pentru a fraudă.

O abordare pozitivă a contabilității creative (Shah și Butt, 2011) consideră că: “Dacă este utilizat corect, aceasta poate fi de mare ajutor pentru utilizator, dar, în cazul în care este manevrat greșit sau ajunge în mâinile persoanei nepotrivite, aceasta poate provoca mai mult rău. Contabilitate creativă mai mult a ajutat companiile să iasă din criză decât să le debarce într-o criză. Arma este, aproape întotdeauna, nevinovat; vina, ori de câte ori se constată, revine utilizatorului.”

2. Scop, obiective și metodologia cercetării

Prin prezentul studiu, utilizând metode de cercetare atât cantitative, cât și calitative, ne propunem să evidențiem expansiunea contabilității creative în contextul economic actual, urmărind să răspundem la una din întrebările care se naște tot mai des în mintea antreprenorilor: “Este contabilitatea creativă o soluție optimă pentru a depăși criza financiară?”.

În acest scop, am demarat o cercetare științifică în rândul firmelor la nivel național. Principala metodă utilizată la colectarea materialului pentru acest studiu empiric este de tip cantitativ și a constat în aplicarea de chestionare, care au vizat două categorii de respondenți: administratori și contabili din România. Eșantionul a fost unul multistratificat, astfel că, din fiecare oraș, a fost selectat un anumit număr de firme, în funcție de gradul de dezvoltare local, și s-a încercat selectarea acestora din domenii cât mai diverse pentru ca eșantionul să fie cât mai reprezentativ pentru mediul de afaceri actual. Prelucrarea și interpretarea datelor astfel colectate a fost realizată prin intermediul funcțiilor statistice ale pachetului Microsoft Office Excel 2007.

Chestionarul dorește să afle opinia despre utilizarea contabilității creative în situația economică actuală, dacă cosmetizarea situațiilor financiare este absolut necesară și reprezintă o soluție optimă pentru a depăși criza financiară. Tot prin intermediul metodelor cantitative am evidențiat rezultatele obținute de societăți atunci când aplică tratamente contabile diferite, în cazul amortizărilor. În acest scop, vom realiza un studiu de caz folosind analiza comparativă.

3. Studiu privind rolul contabilității creative în viaa agenților economici autohtoni

Perioadele de criză constituie probe de încercare grele pentru societăți. Pe fondul diminuării fondurilor proprii și a condițiilor tot mai vitrege pe care le întâmpină, acestea vor căuta să profite tot mai mult de porțile legislative existente, care să le permită obținerea fondurilor și avantajelor economice următoare. Pentru unii agenți economici, apelarea la tehnicile contabilității creative tinde să devină singura șansă de a se salva din “apele învolburate ale crizei”.

Spre deosebire de studiile efectuate până în prezent, pe această temă, prezenta lucrare își propune să se diferențieze printr-un plus de originalitate în ceea ce privește scopul următor, și anume acela de a identifica rolul și locul ocupat de contabilitatea creativă în viaa agenților economici, în contextul economic actual.

Grupul întreprinderilor a constituit managerii și profesioniștii contabili întrucât de în rolul principal în organizarea și desfășurarea procesului de întocmire a situațiilor financiare, scop în care am selectat 150 de firme de la nivel național, cărora le-am transmis un chestionar în format electronic, vizând un răspuns din partea acestora. Toate răspunsurile au fost anonime, fiind utilizate doar pentru analiza statistică. Din totalul chestionarelor validate, 67% au fost completate de profesioniști contabili și 33% de către managerii firmelor contactate. Din totalul respondenților, aproximativ 79% au recunoscut că au utilizat contabilitatea creativă, cu preponderență după declanșarea crizei economice mondiale (91%).

În ceea ce privește scopurile în care au fost utilizate tehnicile contabilității creative, opțiunile exprimate de grupul-înterrogat sunt:

- în vederea obținerii unui credit comercial;
- în vederea atragerii de noi investitori;
- plata unor taxe și a unor dividende mai mici;
- pstrarea reputației firmei;
- altele.

Întrebarea centrală a chestionarului a vizat părerea profesioniștilor contabili și a managerilor în ceea ce privește afirmația: “Contabilitatea creativă este o soluție optimă pentru a depăși criza financiară?”. Dintre acestea, 60% au răspuns afirmativ.

4. Contabilitatea creativă și marile scandaluri financiare

Ingenieria financiară a fost și este aplicată mai insistent de la declanșarea crizei economice, utilizată fiind, deopotrivă, în statele mari și dezvoltate, precum și în țările mici sau în curs de dezvoltare. La aceste artificii economice apelează atât marile concerne mondiale, cât și firmele mici. Propagarea crizei economice din S.U.A. către celelalte state ale lumii a fost posibilă datorită interdependenței economice și financiare mondiale.

Prabuirea Lehman Brothers, la 15 septembrie 2008, se consideră a fi cel mai mare faliment din istoria S.U.A., precum și generatorul crizei economice ce a urmat, deși în 2007, Lehman Brothers a ocupat locul 1 în clasamentul celor mai populare companii din domeniul financiar, întocmit de Fortune Magazine. Utilizând contabilitatea creativă, această companie “a camuflat” în vânzări 50 miliarde de dolari, care reprezentau, de fapt, împrumuturi. Persoanele implicate au fost managerii de la Lehman și auditorii de la Ernst & Young, care au vândut activele toxice către băncile din Insula Cayman, considerând că le pot recupera mai târziu, lăsând impresia că Lehman dispune de un capital mai mare cu 50 miliarde de dolari.

Un alt exemplu îl constituie scandalul de la Bernard L. Madoff Investment Securities LLC, o companie de investiții de pe Wall Street, fondată de Bernie Madoff, care s-a folosit de cea mai mare schemă Ponzi din toate timpurile, în elându-i pe investitori cu 64,8 miliarde de dolari. Persoanele implicate au fost Bernie Madoff, David Frierling (contabilul lui Madoff) și Frank DiPascalli. Folosind diverse inginerii financiare, investitorii erau plătiți cu bani din propria investiție, nu din profituri.

Contabilitatea creativă și-a spus cuvântul și în scandalul Saytam (Bănilă, 2012), o companie de servicii IT și contabilitate din India, care, falsificând bilanțul contabil, a raportat o creștere falsă a veniturilor cu 50 miliarde de rupii (echivalentul a 1,5 miliarde de dolari).

În anul 2009, Lee Farkas, fostul președinte al Taylor Bean & Whitaker Mortgage Corp., a provocat prabuirea TBW și a Colonial Bank prin fraudarea cu 2,9 miliarde de dolari (Arnold, 2009). Pierderile imense ale companiei au fost posibile prin artificii de contabilitate efectuate prin conturile Colonial Bank, prin vânzarea către investitori a pachetelor de credite ipotecare inexistente, în declin, sau care fuseseră vândute anterior altor beneficiari.

Cosmetizarea situațiilor financiare în România a condus la declanșarea unor scandaluri naționale (Lupasteanu și Ispas, 2012), vizând structuri ale ministerului economiei, relevant în acest sens fiind cazul BRD-GSG, în care, utilizând inginerii financiare ce au depășit limita legalității și prin implicarea unui număr important de persoane, s-a “reunit” acordarea de credite neperformante, dezavantajoase, planul fiind dejucat de către structurile statului român, vinovații fiind deferiți justiției. O serie de societăți erau înființate sau preluate de tandemul Mihai Stan - Daniel Ruse, pe numele rudelor sau prietenilor, următorul pas fiind cosmetizarea acestor societăți prin majorarea

fictiv a capitalului social, creionând imaginea unei afaceri de succes, în vederea obinerii rapide a unor credite. Fraudarea cu 22 milioane de euro a fost posibil datorită ingeniozității membrilor grupului de a declara datele prelucrate la administrația financiară, pentru a crea impresia de autenticitate a datelor în momentul verificărilor efectuate de către personalul băncii.

Acestea sunt doar câteva exemple din numeroasele scandaluri care au zguduit lumea financiară în ultimii ani și au fost posibile, în principal, datorită “contribuției” contabilității creative.

4. Utilizarea contabilității creative: pro și contra

Este foarte important să fie înțeles faptul că, deși contabilitatea creativă respectă legea, însă nu și spiritul ei, cu toate acestea, ea nu trebuie confundată cu fraudarea contabilă. Aceasta din urmă este caracterizată de acte de rea-credință prin care se încalcă legea, având un caracter negativ. De regulă, apare atunci când practicile contabilității creative sunt aplicate agresiv pe perioade lungi de timp și având la bază sume importante. În consecință, putem afirma că practicile contabilității creative nu sunt, în sine, “nocive”, ci ele capătă “accente” negative prin prisma scopurilor și intențiilor în care sunt utilizate (Tabelul nr. 1).

Tabelul nr.1. Utilizarea contabilității creative

Argumente PRO	Argumente CONTRA
<ul style="list-style-type: none"> - “Cosmetizarea” rezultatului contabil cu scopul de a obține finanțare externă, în vederea asigurării continuității activității, evitând, astfel, falimentul, care ar atrage după sine o serie de costuri semnificative pentru societate și economie: dispariția firmei, creșterea numărului de șomeri, contribuții nule la buget, posibilitatea punerii în pericol și a partenerilor de afaceri - Ajut agenților economici să se adapteze și să însoțească evoluțiile economice, juridice și sociale 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizarea contabilității creative în scopul obinerii de credite bancare sau atragerii de noi investitori, atunci când societatea se află într-un declin iminent poate fi asociată cu un dezastru de proporții deoarece nu va face nimic altceva decât să amâne sfârșitul inevitabil și să provoace pagube însemnate și creditorilor/investitorilor atrași - Modificarea situațiilor financiare de către manageri, atunci când salariul lor este stabilit în funcție de performanța firmei, va provoca o dezinformare a utilizatorilor informațiilor financiare – contabile - Cosmetizarea situațiilor, în vederea favorizării unei anumite categorii de utilizatori ai informațiilor financiare – contabile și aducerea de prejudicii altei categorii de utilizatori, profitând de portele legislative existente - Falsificarea documentelor contabile în vederea “acoperirii” incompetenței managerilor - Păcălirea instituțiilor bancare prin înființarea de firme fictive, “cosmetizate”, pentru obținerea de credite - Modelarea situațiilor financiare în vederea îndeplinirii criteriilor necesare atragerii de fonduri, în special nerambursabile

De i pare greu de crezut, între contabilitatea corect i cea creativ nu st decât un pas.

5. Concluzii

Contabilitatea creativ constituie, pentru agen ii economici, în contextul economic actual, doar o solu ie temporar de ie ire din impas, fiind o m sur care, de cele mai multe ori, tinde s devin fraud i care îi conduce, inevitabil, la faliment.

De i la elaborarea ingineriilor financiare concur , în mare parte, profesioni tii contabili, de re inut este c acestea sunt instrumente menite s sprijine managementul, cu prec dere cel neperformant, nefiind un lucru condamabil, în m sura în care ele nu se aplic agresiv pe perioade lungi de timp, vizând sume importante, transformându-se, astfel, în fraude i nu se urm re te inducerea în eroare a utilizatorilor situa iilor financiare, iar documentele nu sunt falsificate. În consecin , putem afirma c practicile contabilit ii creative nu sunt, în sine, “nocive”, ci ele cap t “accente” negative prin prisma scopurilor i inten iilor pentru care sunt utilizate.

Dintr-un anumit punct de vedere, contabilitatea creativ poate fi o alternativ pertinent pentru a putea dep i momentele critice i de a beneficia de avantaje materiale menite s asigure continuitatea activit ii agentului economic, evitând, astfel, falimentul care ar atrage dup sine o serie de costuri semnificative pentru societate i economie: dispari ia firmei, cre terea num rului de omeri, contribu ii zero la buget, posibilitatea punerii în pericol i a partenerilor de afaceri implica i.

Propunem ca alternativ la utilizarea contabilit ii creative, în scopul evit rii „înghi irii” agentului economic de „criz ”, o redirec ionare a resurselor c tre alte activit i. Este gre it s ne închipuim c , atât timp cât este criz , nu exist nicio ans de succes în afaceri. Dimpotriv , pentru cei care au arta de a specula momentul favorabil în sânge, criza devine un prilej prielnic pentru a ob ine câ tiguri însemnate.

Bibliografie

1. Alexander, D. i Britton, A., 2004. *Financial reporting*. Seventh Edition. London: Thomson Learning.
2. Arnold, P.J., 2009. Global financial crisis: The challenge to accounting research. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6), pp.803-809.
3. B nil , S.M., 2012. *Top10 scandaluri de contabilitate în marile companii americane*. Available at: <http://www.manager.ro/>
4. Delesalle, F.E. i Delesalle, E., 2000. *La comptabilité et les dix commandements*. Paris: FID Édition.
5. Lupasteanu, C. i Ispas, L., 2012. *Dosarul fraudelor bancare. Cosmetizarea societ ților pentru ale face eligibile pentru băncile fraudate*. Available at: www.revista22.ro.
6. Naser, K., 1993. *Creative Financial Accounting: Its Nature and Use*, Hemel Hempstead: Prentice Hall, London.
7. Shah, S.Z.A. i Butt, S., 2011. Creative Accounting: A Tool to Help Companies in a Crisis or a Practice to Land Them into Crises. *International Conference on Business and Economic Research*, IACSIT Press, Singapore, 16, p.96.