

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ЗА МАНИПУЛИРАНЕ ВЪЗПРИЕМАНЕТО НА СЧЕТОВОДНАТА ИНФОРМАЦИЯ

Гл. ас. д-р Рени Петрова

Резюме: Финансовите отчети трябва вярно и честно да представят имущественото и финансовото състояние на предприятието и резултатите от дейността му. Ръководството на предприятието може да повлияе върху начина, по който информацията се възприема от потребителите, чрез промяна на начина, по който тя е представена във финансовите отчети. Целта на статията е, чрез прилагането на един по-различен подход, основан на особеностите на участниците в информационния процес – потребителите (с техните очаквания и ограничения) и ръководителите (с техните цели и мотиви), да се представят различните способности и техники, които ръководствата на предприятията прилагат, за да манипулират начина, по който информацията във финансовите отчети ще бъде възприета от техните потребители.

Ключови думи: финансови отчети, представяне, манипулиране, качествени характеристики.

JEL: M41.

Увод

Целта на финансовите отчети е да предоставят информация за имущественото и финансовото състояние на предприятието, резултатите от дейността му и паричните му потоци, въз основа на която потребителите да вземат своите икономически решения. Тази информация следва да е обективна, неутрална, предимно в цифрово изражение и да отговаря на определени качествени характеристики –

уместност, достоверно представяне, сравнимост, проверимост, навременност, разбираемост. Тези характеристики са до голяма степен абстрактни, субективни и трудно могат да бъдат измерени.

Тезата на настоящата статия е, че една и съща информация за сделки и събития би могла да бъде интерпретирана по различен начин в зависимост от това, как е представена, поради което ръководствата на предприятията често се опитват да създадат определена представа у потребителите на финансовата информация, използвайки различни подходи за нейното представяне. Потребителите от своя страна възприемат и интерпретират тази информация по различен начин в зависимост от своите очаквания и ниво на познания в областта на бизнеса и финансовото отчитане. Затова може да се предположи, че възприемането на дадена информация може да бъде повлияно от две групи фактори: първата е свързана с изготвящите информацията и техните *мотиви*, а втората група е свързана с възприемащите информацията и техните *очаквания*.

Целта на статията е, чрез приложението на един по-различен подход, основан на особеностите на двете главни страни в информационния процес (потребителите с техните очаквания и присъщи ограничения и мениджмънтът с неговите цели и мотиви), да се изяснят основните способности, които ръководствата на предприятията прилагат, за да манипулират начина, по който информацията във финансовите отчети ще бъде възприета.

За постигане на посочената цел пред изследването се поставят следните **задачи**:

1. Да се представят качествените характеристики, които следва да притежава информацията във финансовите отчети;
2. Да се разгледат особеностите на двете основни групи участници в информационния процес, които предопределят тяхното отношение към представянето, респективно възприемането на информацията във финансовите отчети;
3. Да се представят основните способности и техники за манипулиране на възприемането на счетоводната информация, за да се насочи към тях вниманието на лицата, които използват счетоводната информация.

Обект на изследването са финансовите отчети на предприятията, а **предмет** са различните подходи за представяне на информаци-

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

ята в тях, които ръководствата използват, за да повлияят върху начина, по който информацията ще бъде възприета от страна на потребителите.

Фокусът тук не е толкова върху обективните качества на информацията, а върху това, как тя ще бъде субективно възприета и интерпретирана. Извън обхвата на изследването остават механизмите, чрез които може да се повлияе върху сумите, признати във финансовите отчети (независимо дали това е съобразено със закона – например чрез избор на определени счетоводни политики, оформяне на сделките така, че да се впишат в рамките на определено счетоводно третиране, или съществува нарушение на законодателството под формата на различни счетоводни и финансови измами). Предвид факта, че МСС/МСФО предоставят по-голяма свобода на ръководствата на предприятията по отношение на начина на представяне на информацията във финансовите отчети, изследването е насочено основно към финансовите отчети на предприятия, прилагащи като счетоводна база МСС/МСФО¹. Също така за целите на разработката няма да бъдат разгледани мотивите и интересите на третата група участници в този информационен процес, а именно представителите на счетоводната професия, тъй като ръководството на предприятието носи основната отговорност за изготвянето на финансовите отчети.

1. Качествени характеристики на информацията във финансовите отчети

Информацията във финансовите отчети следва да подпомага потребителите при вземане на техните икономически решения. За тази цел тя трябва да притежава определени свойства. Според Общите положения към МСС/МСФО (1989 г.) тези основни характеристики са четири – разбираемост, уместност, надеждност, сравнимост. Ревизираната Концептуалната рамка за финансово отчитане (септември 2010 г.) преразглежда въпросите, свързани с качествените харак-

¹ Това обуславя и използването преди всичко на чужди литературни източници, където разгледаните проблеми са по-широко дискутирани.

теристики на информацията във финансовите отчети, като най-съществените промени могат да се обобщят по следния начин² (вж. фиг. 1):



Фигура 1. Качествени характеристики на финансовите отчети

² IASB, Conceptual Framework for Financial Reporting, 2010, Available online at: <http://www.ifrs.org/News/Press-Releases/Documents/ConceptualFW2010vb.pdf> [Accessed: 17.02.2016]

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

- две от качествените характеристики (уместност и достоверно представяне) се извеждат като основни, водещи, а останалите се определят като подобряващи полезността на информацията (сравнимост, проверимост, навременност, разбираемост);

- терминът „надеждност“ се заменя с „достоверно представяне“, като се променя до известна степен и неговото съдържание;

- принципът на „предимство на съдържанието пред формата“ вече не се счита като отделен компонент на надеждността, защото се приема за излишно;

- предпазливостта вече не се разглежда като аспект на достоверното представяне, защото това противоречи на принципа за неутралност;

- проверимостта на информацията, която досега не е била изрично посочена като аспект на надеждността, се въвежда като отделна подобряваща характеристика;

- навременността от ограничение се превръща в подобряваща характеристика.

Концептуалната рамка за финансово отчитане към МСС/МСФО (септември 2010 г.) разделя качествените характеристики на информацията във финансовите отчети на две групи – фундаментални (уместност и достоверно представяне) и подобряващи полезността на информацията (сравнимост, проверимост, навременност, разбираемост). **Уместна** е тази информация, която може да повлияе на решенията, взети от потребителите, като дава възможност за потвърждаване на предвижданията от миналото и/или за прогнозиране на бъдещото развитие на предприятието. Съществеността е един от аспектите на уместността, който зависи от характера или размера на статията или грешката, преценена при конкретните обстоятелства. За да бъде полезна, информацията трябва също така **достоверно да представя** сделките и събитията, които претендира, че представя, което означава, тя да е пълна, неутрална и да не съдържа грешки.

Подобряващите качествени характеристики допълват фундаменталните, като подпомагат избора, как да се представи дадена сделка, събитие или статия, които биха могли еднакво достоверно и уместно да се представят по различни начини. Информацията във

финансовите отчети е по-полезна, ако е **сравнима**, т.е. ако дава възможност на потребителите да сравнят резултатите от дейността на предприятието през отделните отчетни периоди, за да могат да проследят тенденциите в развитието му, както и да съпоставят представянето на различните предприятия. Информацията е **проверима**, ако отделни осведомени и независими лица могат да достигнат до консенсус, че определено представяне е достоверно. **Навременността** означава, информацията да бъде предоставена своевременно на разположение на потребителите, за да може да подпомогне вземането на решения в момента, в който е необходима. Информацията следва също да е представена по такъв начин, че да е **разбираема** за потребителите, които имат поне приемливо ниво на познания за бизнеса и финансовата отчетност и които анализират информацията с необходимото усърдие. Ясното и точно класифициране и представяне на информацията я правят по-разбираема.

Различията в тълкуването на отделните характеристики и промените в дефинирането и степенуването им в Концептуалната рамка към МСС/МСФО показват, че те се разбират до голяма степен субективно, а „измерването“ им може да бъде само относително. Също така, поради присъщите особености и ограничения на отчетния процес, много често се налага да се направи компромис между отделните качествени характеристики, което дава на изготвящите финансовите отчети известна свобода в преценките си по отношение на това, каква информация да предоставят и как точно да я представят.

2. Потребителите на финансовите отчети и техните очаквания

Начинът, по който потребителите на финансовите отчети ще възприемат информацията в тях, зависи най-вече от очакванията и нагласите им, както и от техните счетоводни и икономически познания и познавателни способности, които да им позволят да разберат поточно и да интерпретират правилно съответната информация. Като изходна точка за потребителите е въпросът, доколко те могат да се *доверят* на информацията от финансовите отчети. Ако очакванията

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

им по отношение на пълнотата и своевременността на информацията са изпълнени, у тях се създава *впечатление*, че информацията е надеждна. Важно значение за потребителите на финансовите отчети има и достъпността на последните (по-специално те да са публикувани навременно и в пълен обем). Наличието на по-изчерпателни пояснителни приложения и незадължителни оповестявания допълнително създава впечатление, че предприятието се стреми към прозрачност в действията си, което повишава доверието в информацията (тук трябва да се спомене обаче, че подобни допълнителни оповестявания, за които няма изричен регламент, могат да бъдат подвеждащи). Обратно, ако ръководството не се постарее да отговори на очакванията на потребителите, дори финансовият отчет действително да отразява финансовото състояние и финансовите резултати, то информацията няма да бъде положително възприета.

В последните години нараства обемът на изследванията, фокусирани върху психологическите аспекти на вземането на икономически решения. Това невинаги е напълно рационален и обективен процес – в повечето случаи то е повлияно от нагласите, разбиранията, очакванията, целите и мотивите на отделните участници. Различните потребители имат различни очаквания – някои от тях са по-консервативно настроени и предпочитат ниско рискови инвестиции; други държат на стабилното представяне във времето, а трети очакват постоянно растящи печалби. Някои от теориите в тази област са „prospect theory“³, „overconfidence“⁴ и „limited attention“⁵. Според последната тео-

³ Вж. по-подробно **Kahneman**, D., Tversky, A. Prospect theory: an analysis of decision under risk. // *Econometrica*, 1979, N 47, pp. 263–291 и **Barberis**, N., Huang, M., Santos, J. Prospect theory and asset prices. // *Quarterly Journal of Economics*, 2001, N 141 (1), pp. 1–53 – според тази теория хората оценяват по различен начин възможните печалби и загуби, поради което те биха взели решение по-скоро на базата на информация за евентуални печалби, а не за евентуални загуби, дори когато се постигат еднакви икономически резултати. Позната е също като „теория за отбягване на загубите“ („loss-aversion theory“).

⁴ Вж. по-подробно **Daniel**, K., Hirshleifer, D., Subrahmanyam, A. Investor psychology and security market under- and over-reactions. // *Journal of Finance*, 1998, N 53 (6), pp. 1839–1886 – според тази теория „прекалено самоувереният“ инвеститор има склонност да надценява точността на получените по частен път информационни сигнали, но не и на сигналите, получени публично от всички пазарни участници.

рия („теория за ограниченото внимание“) се приема, че инвеститорите имат ограничено внимание и възможности за обработване на информацията. В резултат на това еквивалентни оповестявания могат да имат различен ефект върху възприятията на инвеститорите в зависимост от формата на представянето⁶.

Биха могли да се направят следните предположения за очакванията на потребителите на финансовите отчети:

- по отношение на реализираните резултати:

➤ да няма големи изменения в реализираните резултати, тъй като резките промени са индикатор за риск;

➤ събитията да са предвидими (да се оправдаят техните очаквания и да се потвърдят техните предишни преценки); да няма неочаквани загуби;

➤ реализираните резултати да са положителни, дори и когато не са много високи;

- по отношение на представената информация:

➤ информацията да е пълна, но не прекалено обемна и комплексна;

➤ информацията да бъде представена по начин, позволяващ разбираемост и интуитивно възприемане;

➤ информацията да бъде навременно представена и потребителят да може да се довери на нейната достоверност;

➤ информацията да пояснява специфичните за предприятието сделки и отчетни обекти.

Тъй като първата група предположения са свързани по-скоро със сумите, признати във финансовите отчети, то върху тях може да се повлияе чрез избор на определени счетоводни политики или други способности за манипулиране на счетоводната информация, които са извън обхвата на настоящата статия.

Въз основа на втората група предположения може да се счита, че по-добре ще се възприемат от потребителите на финансовите отчети, в които:

⁵ Hirshleifer, D., Teoh, S. H., Limited attention, information disclosure, and financial reporting. // Journal of Accounting and Economics, 2003, N 36, pp. 337–386.

⁶ Пак там, с. 338.

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

- цифровата информация е представена разбираемо в табличен вид и позволява сравняване с предходни периоди и други предприятия;
- са използвани познати наименования на статии и междинни сборове;
- са представени по-подробни и най-вече конкретни пояснителни приложения (а не стандартни счетоводни политики, заимствани от текстовете на счетоводните стандарти);
- са пояснени третиранията на специфични за отрасъла или предприятието обекти или сделки, особено когато различните счетоводни подходи водят до значими различия в реализираните резултати.

3. Ръководствата на предприятията и техните мотиви

Информацията, която ще бъде оповестена във финансовите отчети, както и начинът, по който тя ще бъде представена, зависят основно от целите и мотивите на ръководството на предприятието. Те могат да се обособят в две групи, аналогично на очакванията на потребителите:

- *по отношение на реализираните резултати*⁷:
 - желанието да се създаде представа за по-добро финансово състояние и финансови резултати от действителните;
 - създаване на резерви, които да се използват за заглаждане на резултатите, когато се очаква настъпването на неблагоприятни периоди в бъдеще;
 - да не се допуска отчитането на отрицателни финансови резултати.
- *по отношение на представената информация*:

⁷ За целите на настоящата статия извън обхвата на изследването остават въпросите, свързани със стремежа към намаляване на данъчните задължения.

- увеличаване на прозрачността във финансовите отчети с цел повишаване на доверието;
- алтернативно, намаляване на прозрачността, пропускане на важни факти с цел прикриване на неблагоприятни събития, резултати и тенденции;
- усложняване на информацията с цел да се създаде впечатление за пълнота, като едновременно с това се намали нейната разбираемост и полезност;
- забавяне на публикуването на финансовите отчети с цел отлагане на момента, в който дадени факти, събития или резултати ще станат известни на потребителите.

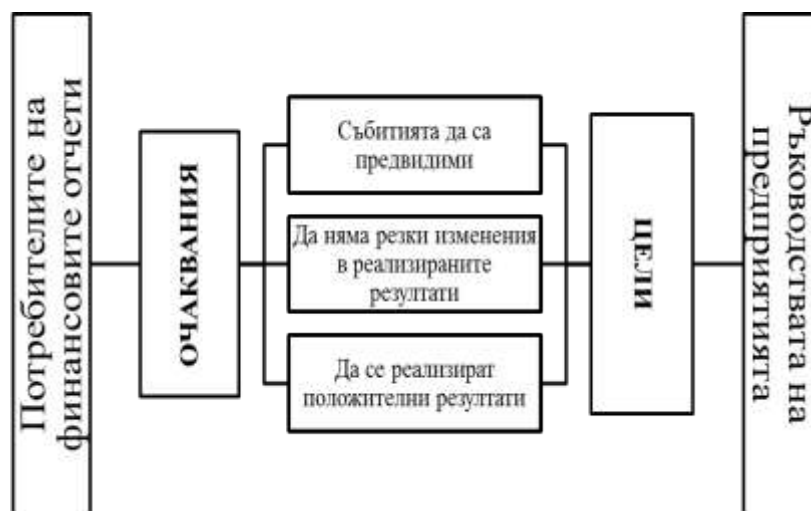
Съществен момент тук е компромисът между краткосрочните и дългосрочните цели на предприятието, които често са противоречиви. Ръководството на предприятието може да оказва влияние не само върху измерването и признаването на отделните отчетни обекти (което остава извън обхвата на настоящата статия), но и върху начина на класифициране и представяне във финансовите отчети на признатите активи, пасиви, приходи, разходи и финансови резултати. Голяма част от тези практики не представляват нарушение на счетоводното законодателство. Това означава, че заплахата от наказание е незначителна, поради което те по-често се прилагат. Въпреки това те могат съществено да подвеждат потребителите на финансовите отчети и да повлияят върху техните икономически решения.

4. Единство и противоречие между интересите на участниците в информационния процес

На Фигура 2 и Фигура 3 са представени обединено целите, мотивите и очакванията на двете страни в процеса по предоставяне на счетоводна информация.

Както проличава от Фигура 2, по отношение на реализираните резултати може да се твърди, че ръководствата се стремят да отговорят на очакванията на потребителите, т.е. наблюдава се единство в интересите на двете групи участници.

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...



Фигура 2. Единство на целите на ръководствата и очакванията на потребителите

Когато обаче не са в състояние да отговорят на тези очаквания, ръководствата на предприятията са склонни да прилагат различни способи за въздействие върху отчетената информация, като се започне от избор на определени счетоводни политики и се достигне до извършване на фиктивни трансакции, чрез които да се представят резултатите от дейността в по-добра светлина. Една част от тези способи е свързана с *възприемането* на информацията от финансовите отчети, без директно да се манипулират „цифрите“. За да вземат адекватни икономически решения, потребителите имат нужда от надеждна, достоверна, сравнима и т.н. информация, но ръководствата на предприятията невинаги имат стимул да им я предоставят. В този случай настъпва разминаване между потребностите на потребителите и стремежа на предприятието по отношение на предоставянето на пълна и точна информация, при това своевременно (вж. фиг. 3).



Фигура 3. Противоречие между целите на ръководствата и потребностите на потребителите

В тези ситуации ръководствата на предприятията се стремят да ограничат обема на информацията, достъпна за потребителите, и да не предоставят конкретна информация за третирането на специфични сделки и събития. Ръководствата също така се опитват да намалят полезността на информацията за потребителите, като намалят нейната *своевременност* (чрез забавяне публикуването на финансовите отчети), *разбираемост* (чрез съзнателно усложняване на оповестяванията) и *сравнимост* (чрез представянето на информацията във вид, който не позволява нейното съпоставяне с предходни периоди и други предприятия). Те прилагат различни методи, чрез които да повлияят върху начина, по който техните инвеститори и кредитори ще *възприемат* информацията от финансовите отчети.

5. Способи и техники за манипулиране на възприемането на счетоводната информация

Основните методи за манипулиране, които ще бъдат разглеждани, са следните:

- ограничаване обема на финансовите отчети и своевременността на публикуването им;

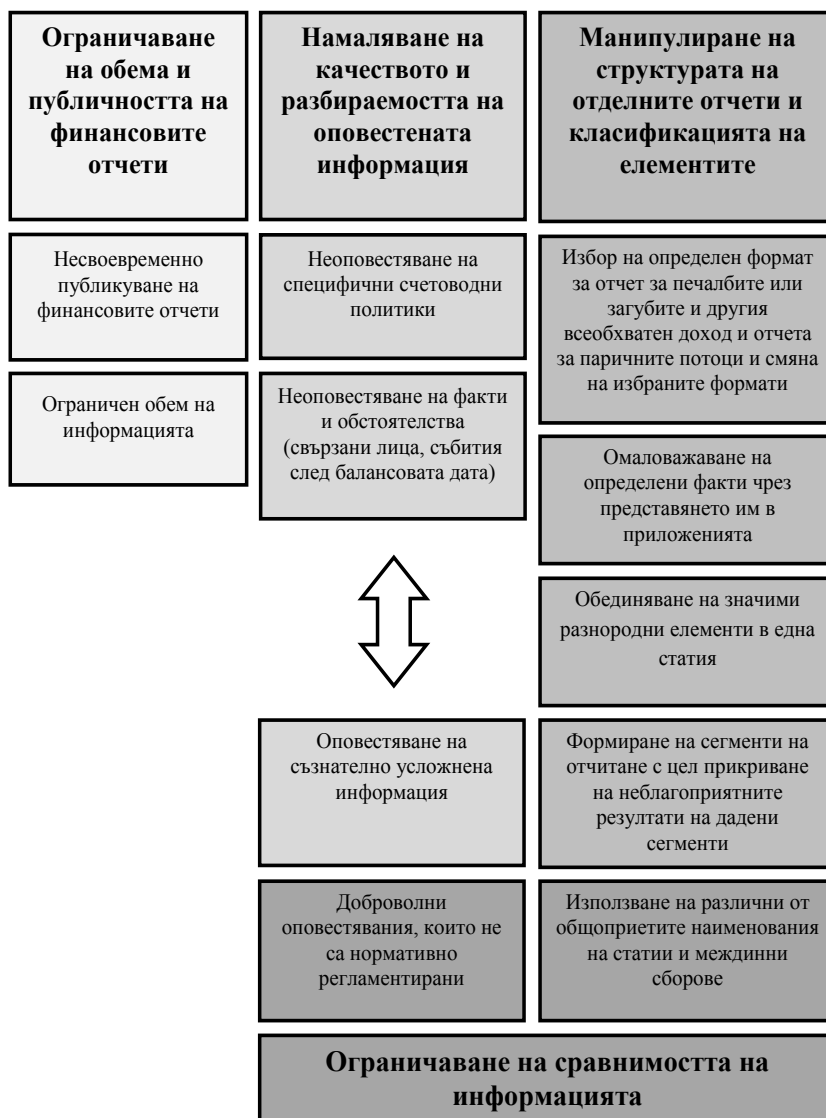
ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

- намаляване качеството и разбираемостта на информацията във финансовите отчети;
- намаляване на сравнимостта на информацията във финансовите отчети;
- манипулиране структурата на отделните отчети и класификацията на елементите в тях.

Прилагането на тези способности се обуславя от факта, че те реално не представляват нарушение на счетоводното законодателство, но чрез тях може да се повлияе върху икономически решения на потребителите, без да се увеличи рискът от наказание.

Конкретните техники за тяхното прилагане са представени на Фигура 4 и са разгледани по-надолу.

На първо място следва да се посочи, че финансовата информация има особено висока полезност, когато е навременна. Понякога предприятията съзнателно не публикуват финансовите си отчети в нормативно регламентирани срокове, като по този начин отнемат от потребителите възможността да реагират своевременно и да вземат адекватни икономически решения. Следващият въпрос, който повдига съмнения относно качеството на информацията в един финансов отчет, е всъщност „количеството“ на информацията – т.е. нейният обем, включително този на словесните оповестявания. Чрез оповестяването на по-ограничен обем информация в приложенията могат да бъдат прикрити различни неблагоприятни факти. По-съществен характер имат пропуските в оповестяването на специфични счетоводни политики, които разкриват как са изчислени и получени величините на дадени показатели. В повечето случаи неоповестяването на информация за определен тип операции или отчетни обекти означава, че даденото предприятие не разполага с тях или не извършва такива сделки. Когато обаче те са присъщи за дадения отрасъл или е известно, че те са налични в предприятието, то потребителите очакват информация за тези сделки или обекти и тяхното неоповестяване се възприема негативно.



Фигура 4. Способи и техники за манипулиране на възприемането на счетоводната информация

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

Като конкретни примери за по-съществени пропуски в оповестяването могат да се посочат непредставянето на събития след балансовата дата, на свързаните лица и сделките с тях, както и на условните пасиви. Сделките със свързани лица често се осъществяват при условия, различни от пазарните, а също така свързаните лица могат да упражняват контрол или значително влияние върху дейността на предприятието. Затова взаимоотношенията с тях могат да повлияят върху резултатите от дейността, дори ако няма осъществявани сделки с тях. Тези специфики обаче пораждат и нежелание от страна на предприятията да оповестят такава „чувствителна“ информация. По отношение на некоригиращите събития след балансовата дата предприятията следва само да оповестят съществените такива, които биха повлияли върху икономическите решения на потребителите на финансовите отчети. Преценката обаче доколко едно събитие е съществено, е на ръководството, т.е. то определя кои събития да бъдат оповестени и кои – не.

Проблемът с количеството на оповестената информация всъщност е до голяма степен психологически, тъй като потребителите инстинктивно възприемат по-ограничените оповестявания като желание за прикриване на неблагоприятни факти или като недостатъчно вложени усилия в изготвянето на по-подробен и пълен (във всички съществени аспекти) финансов отчет. Доверието в качеството на информацията обикновено е по-високо, когато се счита, че предприятието е възприело политика на прозрачност в действията си. Този въпрос обаче не следва да се разглежда еднозначно. Понякога е възможно, финансовите отчети да бъдат умишлено усложнени, за да не могат потребителите да разберат действителното състояние и развитие на предприятието. Както казва конгресмен John Dingell по отношение на скандала с Enron, „това, което виждаме тук, е пример за изключително сложни финансови отчети. Не им се е налагало да лъжат. Достатъчно е било да създадат объркване единствено с усложняването им – въпреки че вероятно са и лъгали“⁸. Също така предоставя-

⁸ McLean, B., Varchaver, N., Helyar, J. Revell, J., Sung, J. Why Enron Went Bust Start with arrogance. Add greed, deceit, and financial chicanery. What do you

нето на допълнителна информация доброволно от предприятието може да бъде подвеждащо, тъй като съдържанието на подобни оповестявания и начинът на изчисляване на съответните показатели не са нормативно регламентирани. Подобна информация не носи допълнителна полезност на потребителите поради факта, че тя не може да се използва за сравнение, тъй като другите предприятия не я оповестяват.

Полезността на информацията във финансовите отчети може да се намали и чрез използването на различни от общоприетите наименования на статиите и междинните сборове в отделните компоненти на отчета, тъй като се намалява сравнимостта. Тъй като МСС/МСФО не предписват определен формат и последователност на статиите, на предприятията е предоставена свободата да представят статии и междинни сборове, които възможно най-вярно и честно да представят финансовото състояние и резултатите от дейността, но това им дава и възможността да представят информацията по начин, който намалява нейната сравнимост. Ако отделните статии в основните компоненти на финансовите отчети не са допълнително разяснени в приложенията, то уместността на информацията значително се намалява. Чрез използването на различни от общоприетите междинни сборове се затруднява последващият анализ и се налага, потребителите сами да преизчисляват необходимите им показатели, което невинаги може коректно да се извърши без наличието на допълнителна информация. Сравнимостта на информацията между отделните предприятия, включително от различни отрасли, би могла да се подобри чрез използването на задължителни формати на финансовите отчети, каквато е традиционно българската практика в областта. По този начин биха могли да се намалят и възможностите за целенасочено манипулиране на представената счетоводна информация, тъй като на ръководството на предприятието е предоставена по-малко свобода на преценката по отношение на начина на представяне на информаци-

get? A company that wasn't what it was cracked up to be. // Fortune Magazine, 2001 [Online] Available from http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune_archive/2001/12/24/315319/index.htm [Accessed 13 Nov. 2015]

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

ята. Също така, когато потребителите познават тези регламентирани формати, те по-лесно се ориентират в съдържанието на отчета. От друга страна обаче, по този начин всички предприятия следва да се вместят в определените рамки на отчетните форми и ако имат специфичен предмет на дейност или специфични отчетни обекти, те няма да са в състояние да ги представят по най-подходящия начин.

Изборът на даден формат за представяне на основните компоненти на финансовия отчет също може да се използва за манипулиране на възприемането на информацията. По отношение на отчета за печалбите или загубите и другия всеобхватен доход предприятията имат право на избор между два подхода за представяне на разходите – методът „същност на разходите“ и методът „себестойност на продажбите“. Вторият метод, който изисква представянето на разходите по функционално предназначение, предоставя на потребителите повече значима информация, тъй като показва, от една страна, размера на разходите, въплътени в себестойността на продадената продукция/стоки, а от друга страна – разходите, свързани с управлението и реализацията на продукцията. При този подход също така се представя един допълнителен показател за размера на печалбата – брутна печалба – като разлика между приходите от продажби и себестойността на продажбите. Освен това, ако предприятието приложи този метод за представяне на разходите в отчета за печалбите или загубите и другия всеобхватен доход, съгласно МСС 1 Представяне на финансовите отчети, то следва да оповести и допълнителна информация за същността на разходите.

Използването на метода „същност на разходите“ позволява да се прикрие недоброто структурно съотношение между разходите за различните дейности (например големи по размер административни разходи), тъй като не е задължително отделното им оповестяване. От друга страна обаче, разпределянето на разходите по отделните функции в предприятието изисква значителна субективна преценка и може да се използва за манипулиране на представените междинни показатели за печалбата. Например⁹ класифицирането на даден разход като

⁹ Вж. **Nguyen**, K. Financial statement fraud: motives, methods, cases, detection, USA, 2008, p. 31 and Kwok, B., Accounting irregularities in financial statements, USA, 2005.

административен, вместо като част от себестойността на продажбите, може да доведе до представяне на завишена брутна печалба, въпреки че показателите за оперативна печалба и нетна печалба няма да се променят. Според изследване на Stolowy and Lebas (2006) се срещат различни практики и по отношение на представянето на разходите за научноизследователска и развойна дейност – някои предприятия ги посочват на отделен ред в отчета за печалбите или загубите и другия всеобхватен доход, докато други ги включват като част от себестойността на продажбите, а трети – като част от административните разходи.¹⁰ Непосочването им на отделен ред би могло да бъде оправдано, ако размерът на тези разходи не е съществен за предприятието и/ли тези дейности не са характерни за дадения отрасъл. Отделното им представяне е от особено значение за предприятията от наукоемките отрасли, тъй като инвестициите в НИРД до голяма степен предопределят тяхното бъдещо развитие. Необходимо е да се отбележи още, че сам по себе си показателят за нетна печалба няма толкова голямо информационно значение, колкото междинните показатели, като брутна печалба, оперативна печалба и т.н. Това се дължи на факта, че върху стойността на нетната (балансовата) печалба оказват влияние също и приходите/разходите от еднократни операции, които не се очаква да възникнат в близко бъдеще. Тук като възможни нарушения могат да се посочат класифицирането на приходи от продажби на дълготрайни активи като приходи от дейността, както и класифициране на статии като редовни вместо еднократни. Всеки един от показателите за представяне на финансовия резултат носи определена информация за инвеститорите и кредиторите, тъй като обхваща различен спектър приходи и разходи.

Освен за изготвянето на отчета за печалбата или загубата и другия всеобхватен доход, предприятията могат да избират между два подхода за представяне и на отчета за паричните потоци. Това е единственият отчет, който не се изготвя на базата на принципа на начисляването, поради което предоставя на потребителите много важна информация за действителните парични постъпления и плаща-

¹⁰ Вж. **Stolowy**, H., Lebas, M. *Financial Accounting and Reporting: A Global Perspective*, Cengage Learning EMEA, 2006, p. 286.

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

ния. За представянето на паричните потоци от оперативната дейност предприятията могат да използват прекия или косвения метод. Предимството на първия е, че той позволява да се идентифицират конкретните постъпления и плащания от, съответно към клиенти, доставчици, персонал и т.н. Това е и препоръчителният подход съгласно МСС 7 Отчети за паричните потоци и е предпочитаният метод от повечето кредитори и инвеститори¹¹. Той е по-полезен за прогнозиране на бъдещите парични потоци и съответства на целта на изготвянето на *отчета за паричните потоци*. При косвения метод нетната печалба се коригира с редица безналични статии (амортизации, провизии и др.), с промените в материалните запаси, вземанията, задълженията и др., за да се достигне до величината на паричния поток от оперативната дейност. Предимство на този подход е, че обяснява на какво се дължи разликата между реализирания финансов резултат и действителните парични потоци. Това от своя страна подпомага анализирането на „качеството“ на приходите¹². Чрез прилагането на директния метод се предоставя информация за главните групи парични потоци от оперативната дейност, която е по-полезна за потребителите без счетоводно образование. В повечето случаи обаче тя сравнително надеждно би могла да се получи и чрез преизчисляване на информацията от отчета за паричните потоци, изготвен по косвения метод. Когато става въпрос за манипулиране на **възприемането** на информацията от финансовите отчети (а не за манипулиране на самата информация), възприемането на единия или другия подход може да се използва за прикриване (поне привидно) на неблагоприятна информация, като например големи различия между отчетените приходи и получените действителни парични потоци.

¹¹ Вж. **Brahmasrene**, T., Strupeck, C. D., Whitten, D. Examining Preferences in Cash Flow Statement Format. // The CPA Journal. October, 2004, цит. по Abu-Abbas, B., Direct, Indirect, or Both Methods of Reporting Operating Statement of Cash Flows. // International Journal of Finance and Accounting, 2014, N 3(6), pp. 335-340, p. 335.

¹² Вж. **Carslaw**, C. A., Mills, J. R. Including the Cash Flow Statement in Financial Analysis. // Executive Accountant, 1991, pp. 14-16, цит. по Abu-Abbas, Bassam, цит. съч., p. 336.

Друг подход за манипулация, прилаган от ръководствата на предприятията, е стремежът им за „омаловажаване“ на определени факти – чрез посочването им в приложенията, за разлика от признаването им в основните отчети. Изследванията в областта (Aboody, 1996 и Amir, 1993) представят доказателства, че инвеститорите придават повече тежест на информация, която е призната в основните отчети в сравнение с тази, оповестена в бележките¹³.

Друг възможен проблем е обединяването на значими разнородни елементи в една обща статия. Непредставянето на съществени статии с несходен характер или функция (отново по преценка на ръководството на предприятието) намалява полезността на информацията, тъй като не се предоставя информация за отделните обекти или сделки. Аналогичен е и проблемът с компенсираното представяне на вземания и задължения, които би следвало да се посочат поотделно.

Сегментното отчитане също би могло да се използва като средство за манипулиране на информацията. За потребителите е от съществено значение информацията за това, кои сегменти са печеливши и кои – не. Както твърдят Hurrтт, Lail и MacGregor¹⁴, сегментното манипулиране е форма на „класификационно заглаждане“, където представянето на отделен отчетен сегмент е изкривено посредством преразпределяне на разходи към (или от) други сегменти. Тъй като по отношение на формирането на сегментите на отчитането предприятията имат известна свобода, тя може да се използва за прикриване на неблагоприятни резултати – например чрез обединяване на непечеливш оперативен сегмент с печеливш такъв, представяне на избрана дейност като самостоятелен сегмент или чрез включване на различни

¹³ Вж. по-подробно **Aboody**, D. Recognition versus disclosure in the oil and gas industry. // *Journal of Accounting Research*, 1996, N 34, p. 21–32 и Amir, E. The market valuation of accounting information: the case of postretirement benefits other than pensions. // *Accounting Review*, 1993, N 68 (4), pp.703–724, цит. по Hirshleifer, D, Teoh, S. H, цит.съч., с. 344.

¹⁴ **Hurrтт**, D., Lail B., MacGregor, J. The Relationship Between Segment-Level Manipulations And Audit Fees. // *The Journal of Applied Business Research* – July/August 2013, Vol. 29, N. 4 Available online at: <http://www.cluteinstitute.com/ojs/index.php/JABR/article/viewFile/7930/7987> [Accessed 18.Dec. 2015]

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

разходи в общата категория „корпоративно управление“ вместо към сегментите, към които действително се отнасят.

По отношение на предприятията, които за пръв път прилагат МСС/МСФО, примери за манипулиране на информацията във финансовите отчети са прикриването на корекции на значими грешки чрез представянето им заедно с другите ефекти от преминаване към МСС/МСФО и неоповестяването на ефекта от преминаването върху отделните отчетни обекти.

Заключение

Начинът, по който дадена информация ще бъде възприета, зависи както от това, как тя е представена, така и от особеностите и нагласите на възприемащите я субекти. Затова в настоящата статия бяха очертани мотивите на ръководствата и очакванията и ограниченията на потребителите на счетоводна информация, както и някои от основните способности за манипулиране на възприемането на счетоводната информация. Някои от по-често прилаганите способности са използването на избран формат на отчет за паричните потоци и отчет за печалбите и загубите, чрез които да се прикрият нежелани резултати; представянето на недостатъчно разбираема и сравнима информация посредством използването на различни от общоприетите наименования на статии и междинни сборове; непредставяне на достатъчно информация за специфични сделки и събития или представяне на стандартни текстове на счетоводни политики; омаловажаване на сделки и събития чрез представянето им единствено в пояснителните приложения; манипулиране на сегментните резултати. Целта е да се насочи към тях вниманието на лицата, които използват счетоводната информация, тъй като подобни манипулации в основната си част не излизат от рамките на нормативно регламентираното. Познавайки целите и мотивите на ръководствата и подходите, които те прилагат, потребителите на финансовите отчети биха могли да правят по-рационални преценки и да вземат по-адекватни икономически решения.

Цитирана и използвана литература

1. Abu-Abbas, B. Direct, Indirect, or Both Methods of Reporting Operating Statement of Cash Flows. // *International Journal of Finance and Accounting*, 2014, N 3(6): 335-340, p. 335.
2. Aboody, D. Recognition versus disclosure in the oil and gas industry. // *Journal of Accounting Research*, 1996, N 34, p. 21–32.
3. Amir, E. The market valuation of accounting information: the case of postretirement benefits other than pensions. // *Accounting Review*, 1993, N 68 (4), p. 703–724.
4. Barberis, N., Huang, M., Santos, J. Prospect theory and asset prices. // *Quarterly Journal of Economics*, 2001 N 141 (1), p. 1–53.
5. Brahmasrene, T., Strupeck, C. D., Whitten, D. Examining Preferences in Cash Flow Statement Format. // *The CPA Journal* October, 2004.
6. Carslaw, C. A., Mills, J. R. Including the Cash Flow Statement in Financial Analysis. // *Executive Accountant*, 1991, p. 14-16.
7. IASB, *Conceptual Framework for Financial Reporting*, 2010.
8. Daniel, K., Hirshleifer, D., Subrahmanyam, A. Investor psychology and security market under- and over-reactions. // *Journal of Finance*, 1998, N 53 (6), p. 1839–1886.
9. Hirshleifer, D., Teoh, S. H. Limited attention, information disclosure, and financial reporting. // *Journal of Accounting and Economics* 2003, N 36, pp. 337–386.
10. Hurtt, D., Lail B., MacGregor, J. The Relationship Between Segment-Level Manipulations And Audit Fees. // *The Journal of Applied Business Research*, July/August 2013, Vol. 29, N. 4, Available online at:
<http://www.cluteinstitute.com/ojs/index.php/JABR/article/viewFile/7930/7987>
11. Kahneman, D., Tversky, A. Prospect theory: an analysis of decision under risk. // *Econometrica* 1979, N 47, pp. 263–291.

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ...

12. Kwok, B., Accounting irregularities in financial statements, USA, 2005.

13. McLean, B. Varchaver, N., Helyar, J. Revell, J., Sung, J. Why Enron Went Bust Start with arrogance. Add greed, deceit, and financial chicanery. What do you get? A company that wasn't what it was cracked up to be. // Fortune Magazine, 2001 [Online]

Available from

http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune_archive/2001/12/24/315319/index.htm

14. Nguyen, K. Financial statement fraud: motives, methods, cases, detection, USA, 2008.

15. Stolowy, H., Lebas M. Financial Accounting and Reporting: A Global Perspective, Cengage Learning EMEA, 2006.



Стопанска академия
„Д. А. Ценов“ – Свищов

Година XXVI, кн. 1, 2016

СЪДЪРЖАНИЕ

МЕНИДЖМЪНТ – теория

УМЕНИЯ ПРИ ОБЩУВАНЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ НА УПРАВЛЕНСКИЯ ПРОЦЕС

Гл. ас. д-р Елена Йорданова 5

БИЗНЕС – практика

ПРЕДСТАВЯНЕТО ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ КАТО СРЕДСТВО ЗА МАНИПУЛИРАНЕ ВЪЗПРИЕМАНЕТО НА СЧЕТОВОДНАТА ИНФОРМАЦИЯ

Гл. ас. д-р Рени Петрова 15

ОБЕЗЦЕНКА НА НЕТЕКУЩИ АКТИВИ В ОРГАНИЗАЦИИТЕ ОТ ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР

Гл. ас. д-р Даниела Георгиева 38

СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА ЗЕМЕДЕЛСКОТО ЗАСТРАХОВАНЕ В БЪЛГАРИЯ

Ас. д-р Милен Митков 52

РЕЦЕНЗИИ, прегледи, опит

ПРЕДСТАВЯМЕ ВИ СЛОВАШКИЯ АВТОР ЩЕФАН КАШАЙ И НЕГОВАТА ПЕТОЛОГИЯ „ПРЕДПРИЯТИЕ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО“

Проф. д-р Борислав Борисов 67

Издателски екип:

Проф. д-р Красимир Шишманов – главен редактор
Проф. д-р Георги Баташки – зам. главен редактор
Проф. д-р Никола Янков
Проф. д-р Любчо Варамезов
Доц. д-р Румен Ерусалимов
Доц. д-р Ирена Емилова
Доц. д-р Силвия Костова
Доц. д-р Иван Марчевски

Стилов редактор – Анка Танева
Превод на английски език – ст. преп. Цветана Шенкова,
ст. преп. Даниела Стоилова, преп. Иванка Борисова
Превод на руски език – ст. преп. Ирина Иванова
Технически секретар – ас. Живка Тананеева

Дадено за печат на 22.04.2016 г., излязло от печат на 05.05.2016 г.,
формат 70x100/16, тираж 100

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,
ул. „Ем. Чакъров“ 2, тел.: +359 631 66256

© Академично издателство „Ценов“, Свищов, ул. „Градево“ 24

ISSN 0861 - 6604

БИЗНЕС управление

БИЗНЕС управление 1/2016



ИЗДАНИЕ НА
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ
„Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЦОВ

1/2016

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ И АВТОРИТЕ НА СПИСАНИЕ „БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ“

Списание „БИЗНЕС управление“ публикува изследователски статии, методологически и методически разработки и прегледи, рецензии, опит.

1. Обем:

Статии: минимум - 12 страници; максимум - 25 страници;
Прегледи, рецензии, опит: минимум - 5 страници; максимум - 10 страници.

2. Депозирание на материалите:

- на хартиен носител и в електронен вид (по E-mail и/или на CD);

3. Технически характеристики:

- изпълнение Word 2003 (минимум);
- размер на страницата - А4, 29-31 реда и 60-65 знака на ред;
- разстояние между редовете 1,5 lines (At least 22 pt);
- шрифт - Times New Roman 14 pt;
- полета - Top - 2.54 см.; Bottom - 2.54 см; Left - 3.17 см; Right - 3.17 см;
- номерация на страницата - долу вдясно;
- текст под линия - размер 10 pt;
- графики и фигури - Word 2003 или Power Point.

4. Оформление:

- наименование на статията, име на автора, научна степен, научно звание - шрифт Times New Roman, 14 pt, с големи букви Bold - центрирано;
- наименование и адрес на местоработата; телефони за контакти и E-mail;
- резюме на български език в обем до 15 реда; ключови думи - от 3 до 5;
- **JEL** класификация на публикациите с икономически характер (<http://ideas.repec.org/ij/index.html>);
- основен текст (изложение);
- таблиците, графиките и фигурите се вграждат софтуерно в текста (да позволяват езикова корекция и превод на английски). Цифрите и текстът вътре в тях се изписват с шрифт Times New Roman 12 pt;
- формулите се създават с Equation Editor;

5. Правила за цитиране под линия:

При цитиране да се спазват изискванията на **БДС 17377-96 Библиографско цитиране**, поместени тук: <http://www.uni-svishtov.bg/dialog/Bibl.%20Citirane.pdf>.

Всеки автор носи отговорност за отстояваните идеи, съдържанието и техническото оформление на своя текст.

6. Контакти:

Главен редактор: тел.: (+359) 631-66-243
Зам.-главен редактор: тел.: (+359) 631-66-292
Стилов редактор и ПР: тел.: (+359) 631-66-324
E-mail: akaramanlieva@uni-svishtov.bg
Адрес: Стопанска академия „Д. А. Ценов“, ул. „Е. Чакъров“ № 2, Свищов, България