

Учетные и неучетные методы управления прибылью компании

Accounting and Other Control Methods of Profit Management

УДК 338.515



Никунин Егор Дмитриевич

старший преподаватель Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, кандидат экономических наук
199004, Санкт-Петербург, Волховский пер., д. 1-3

Nikulin Egor Dmitreivich

Graduate School of Management of St. Petersburg State University
Volkhovskiy Lane 1-3, St. Petersburg, Russian Federation, 199004



Зинченко Андрей Алексеевич

студент бакалаврской программы Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета
199004, Санкт-Петербург, Волховский пер., д. 1-3

Zinchenko Andrey Alekseevich

Graduate School of Management of St. Petersburg State University
Volkhovskiy Lane 1-3, St. Petersburg, Russian Federation, 199004

Цель. Проверка гипотез об использовании различных методов легального управления прибылью российскими компаниями для сглаживания прибыли

Материалы и методы. Проверка гипотез исследования осуществлялась при помощи метода эконометрического моделирования на выборке из 184 публичных акционерных обществ, торгуемых на российской фондовой бирже РТС/ММВБ, за период с 2009-го по 2013 г.

Результаты. Представлены результаты эмпирического исследования использования российскими компаниями учетных и неучетных методов управления прибылью для сглаживания своего финансового результата. Основной результат исследования состоит в том, что российские компании склонны к использованию как учетных, так и неучетных методов для сглаживания прибыли, причем выбор метода зависит от величины долга компании. Чем больше уровень долга, тем менее склонны компании к использованию неучетных методов управления прибылью и тем более склонны к применению учетных инструментов.

Ключевые слова: управление прибылью, манипулирование прибылью, сглаживание прибыли, учетные методы управления прибылью, неучетные методы управления прибылью

This study tests the hypotheses of different methods of legal profit management that companies in Russia use to level profits.

Materials and methods. Research analysis to test the hypotheses was performed using the method of econometric modeling on a sample of 184 public companies traded on the Russian stock exchange RTS/MICEX from 2009 to 2013.

Results. This study presents the results of empirical studies on whether and how Russian companies use accounting and non-accounting practices of profit management to level their financial results. The main result of the study is that Russian companies are likely to use both accounting and non-accounting methods to level earnings, and the method of choice depends on the size of the company's debt. The greater is the level of debt, the less likely are companies to use non-accounting methods of profit management and thus are more inclined to use the accounting tools.

Keywords: profit management, profit manipulation, profit leveling, accounting profit management methods, non-accounting profit management methods

Управление прибылью (*earnings management*) (далее — УП) относится к числу активно развивающихся направлений научных исследований. Прибыль компании является важным показателем, на основе которого различные заинтересованные стороны принимают

затрагивающие ее решения. В то же самое время прибыль является учетным показателем, значение которого определяется в соответствии с действующими стандартами учета. Применение основополагающего учетного принципа — метода начислений — предоставляет компании определенную свободу действий в отношении моментов признания и стоимостной оценки элементов прибыли (доходов и расходов). Тем самым создается возможность для целенаправленного манипулирования финансовым результатом.

В крайней стадии управления прибылью может приобретать нелегальный характер. Так, интерес к вопросам УП усилился после серии корпоративных скандалов начала 2000-х гг., связанных с крупными американскими и европейскими компаниями, когда были выявлены факты совершения мошеннических действий по искажению финансовой отчетности. Тем самым стало очевидным, что финансовая отчетность компаний должна подвергаться более тщательному контролю.

УП является предметом научных исследований примерно с конца 1970-х — начала 1980-х гг. За это время был обработан значительный эмпирический материал, охватывающий деятельность компаний различных стран. В центре внимания исследователей находились различные аспекты УП компании. Первые работы были посвящены эмпирическому тестированию наиболее общих теорий УП с целью получения эмпирического подтверждения существования УП как такового в деятельности компаний. В последующих работах проводился более детализированный анализ методов УП; выявлялись учетные статьи, подвергающиеся наиболее частому манипулированию в различных ситуациях, а также исследовались факторы, ограничивающие УП в компаниях.

Эмпирические исследования в области УП на данных российских компаний на сегодняшний день носят фрагментарный характер. Во многом это связано с тем, что российские авторы понимают УП преимущественно как корпоративное мошенничество, т. е. как незаконные действия компании. В зарубежной литературе доминирует другая трактовка УП, в соответствии с которой оно рассматривается как комплекс легальных действий компании, направленных на корректировку финансового результата в соответствии с определенной целью. Поэтому многие вопросы, связанные с легальным УП, оказываются за рамками исследований, проводимых отечественными

специалистами. Учитывая сказанное выше, настоящая статья представляет собой попытку эмпирически проанализировать использование легальных методов УП российскими компаниями.

Цель данной статьи — проверка гипотез об использовании различных методов легального УП российскими компаниями для сглаживания прибыли. Исследование проводится на данных 184 российских публичных акционерных обществ в 2009–2013 гг.

Стратегии управления прибылью компании. Само понятие УП на сегодняшний момент не имеет общепринятого определения. В литературе встречаются различные его трактовки, в которых делаются акценты на различных аспектах процесса УП в компании¹. В настоящей статье за основу взято определение УП, сформулированное П. Хиэли и Дж. Вахлином: «УП возникает тогда, когда менеджеры используют профессиональные суждения при подготовке финансовой отчетности и классификации операций компании для искажения финансовой отчетности, направленного либо на то, чтобы ввести в заблуждение стейкхолдеров относительно реальных экономических результатов компании, либо на то, чтобы повлиять на результаты исполнения контрактов, которые зависят от раскрываемых учетных показателей» [2, р. 368].

В этом определении отражены все основные характеристики процесса УП [1]. Во-первых, УП предполагает *намеренное вмешательство* в процесс составления финансовой отчетности. Это вмешательство может носить как легальный (находящийся в соответствии с принятыми стандартами учета), так и нелегальный характер. Противоположностью УП является нейтральный учет, при котором компания не стремится повлиять на решения какой-то определенной группы пользователей учетной информации. Во-вторых, указание на целенаправленное вмешательство в процесс составления финансовой отчетности *отделяет УП от совершения бухгалтерской ошибки*. В-третьих, в приведенном определении подчеркивается, что УП имеет отношение исключительно к *продукту финансового учета компании* (внешней финансовой отчетности) и не затрагивает другие учетные подсистемы организации, к которым относятся управленческий и налоговый учет. В-четвертых, раскрываются мотивы, которыми могут руководствоваться менеджеры компании при осуществлении УП. Одним из них является намерение повлиять на решения определенных заинтересованных сторон в отношении этой организации. Другим мотивом является стремление повлиять на результаты выполнения контрактных обязательств организации.

Учитывая, что на практике компании имеют дело с большим количеством заинтересованных сторон, преследующих различные цели, компании могут придерживаться разных стратегий в области УП. К их числу можно отнести стратегии завышения прибыли (*earnings maximization*), занижения прибыли (*earnings minimization*), сглаживания прибыли (*income smoothing*) и «большой бани» (*big bath*) [3; 4].

В рамках *стратегии завышения прибыли* компания стремится с помощью различных инструментов завысить для пользователей учетной информации реальную величину своей прибыли (финансового результата) [5; 6]. Обычно компания следует этой стратегии перед определенным событием, например, перед осуществлением дополнительной эмиссии акций. В

этой ситуации она стремится обеспечить рост цен на свои акции и снизить стоимость капитала.

Используя *стратегию занижения прибыли*, компания стремится к тому, чтобы занизить величину своего финансового результата. В частности, она может применяться для получения государственных субсидий [7]. В этой ситуации компании выгоднее представить свое финансовое положение менее привлекательным, чем на самом деле.

Стратегия «большой бани» предполагает, что в одном из отчетных периодов компания стремится признать как можно большую величину расходов. Обычно это достигается при помощи списания части активов с бухгалтерского баланса. Эта стратегия, как правило, используется в ситуации, когда у компании прогнозируется плохой финансовый результат, который невозможно «замаскировать» при помощи учетных инструментов повышения прибыли, имеет смысл дополнительно увеличить расходы с тем, чтобы максимально занизить финансовый результат текущего периода [8]. Поскольку основная масса расходов, связанных с активами, будет понесена в текущем периоде, финансовый результат будущих периодов будет выше.

Стратегия сглаживания прибыли предполагает снижение волатильности прибыли компании во времени. Иными словами, она предусматривает минимизацию отклонения прибыли компании (как в меньшую, так и в большую сторону) от того значения, которое на определенный период признается для компании нормальным [9]. Для этого компании как правило признают меньше доходов в прибыльные годы, откладывая тем самым признание части доходов на будущее для использования в неблагоприятные для компании отчетные периоды. Использование этой стратегии может объясняться намерением снизить воспринимаемый инвесторами уровень риска компании и тем самым способствовать росту цен на ее акции.

Анализируя рассмотренные выше стратегии, можно заключить, что первые три из них (завышение прибыли, занижение прибыли и «большая баня») являются краткосрочными и ситуационными. Их использование зависит от того, произойдут или нет определенные события в деятельности компании (дополнительная эмиссия акций, крупные убытки и т. д.). Стратегия сглаживания прибыли призвана оказывать влияние на ожидания заинтересованных сторон в отношении компании на протяжении длительного периода времени, т. е. является долгосрочной. При этом ее привязка к одному определенному событию отсутствует. Таким образом, учитывая, что наше исследование носит постановочный характер и имеет цель проверки наиболее общих гипотез, связанных с использованием различных методов УП российскими компаниями, в работе в качестве базовой стратегии УП будет использоваться сглаживание прибыли.

Методы управления прибылью компании. УП компании может осуществляться при помощи различных методов, которые можно разделить на две группы: методы на основе учетного инструментария и на основе осуществления «необходимых» хозяйственных операций (рис. 1).

Выбор способа учета и выбор учетных оценок предполагают использование исключительно учетного инструментария для УП. По этой причине их можно назвать *учетными*. В англоязычной литературе данные методы называют *УП на основе начислений* (*accrual-based earnings management, AEM*). Осу-

¹ Анализ различных подходов к определению понятия УП представлен в статье Д. Л. Волкова и Е. Д. Никулина [1].



Рис. 1. Методы управления прибылью компании

Составлено по: [1; 10; 11].

существование «необходимых» хозяйственных операций предусматривает совершение специальных операций, направленных на корректировку финансового результата компании. Эти методы можно условно назвать *неучетными*. В англоязычной литературе их часто называют *УП на основе реальных операций (real earnings management, REM)*.

В соответствии со стратегией сглаживания прибыли компании должны стремиться привести этот показатель к какому-то определенному значению (промежутку значений), которое устанавливается компанией, и поддерживать его на этом уровне на протяжении длительного интервала времени. Разница между реально достигнутой прибылью компании и ее заданным (целевым) значением за определенный период называется абнормальной (непредвиденной) прибылью. В случае если разница отрицательна, говорят об абнормальном (непредвиденном) убытке. Соответственно, компании используют различные методы УП для сглаживания своей прибыли. В случае наличия абнормальной прибыли действия компании направлены на ее снижение, а в случае абнормального убытка — на увеличение.

В литературе распространены различные подходы к определению целевой величины прибыли компании. Один из подходов заключается в том, что в качестве данного показателя используются прогнозы аналитиков. Его сторонники представили эмпирическое подтверждение тому, что компании, с одной стороны, избегают показывать прибыль, которая меньше целевой, а, с другой стороны, также стремятся не допускать чрезмерных положительных отклонений прибыли от целевого значения [12]. Таким образом, компании стремятся к сглаживанию прибыли.

В рамках другого подхода целевое значение прибыли приравнивается к значению прибыли предыдущего отчетного периода. Иными словами, под абнормальной прибылью/убытком понимается разница между чистой прибылью/убытком отчетного периода и чистой прибылью/убытком предыдущего периода [11]. С учетом сложности нахождения данных по прогнозам аналитиков в отношении большого количества российских компаний в настоящей работе используется именно этот подход для расчета абнормальной прибыли/убытка.

На сегодняшний день существует значительное количество эмпирических исследований, посвященных применению методов УП для сглаживания прибыли. Были получены результаты, свидетельствующие о том, компании с этой целью могут использовать как учетные, так и неучетные методы. Так, например, в

ряде исследований показано, что компании могут манипулировать моментом признания дохода от продажи внеоборотных активов для корректировки своего финансового результата в нужном направлении, т. е. применяют учетные методы УП [12; 13]. В другом исследовании была установлена обратная связь между издержками перепроизводства компании и ее величиной абнормальной прибыли [14]. Этот результат позволяет заключить, что рассмотренные компании используют неучетные методы УП для корректировки величины прибыли.

По аналогии с зарубежными исследованиями сформулируем гипотезы для российских компаний.

H1: При прочих равных условиях у фирм с непредвиденной прибылью/убытком будет наблюдаться УП на основе реальных операций, направленное на уменьшение/увеличение прибыли.

H2: При прочих равных условиях у фирм с непредвиденной прибылью/убытком будет наблюдаться УП на основе начислений, направленное на уменьшение/увеличение прибыли.

Учитывая, что УП может производиться как с помощью учетных, так и с помощью неучетных методов, правомерен вопрос о том, каким образом компания выбирает, какой из методов использовать. Применяет ли она их одновременно (совместно) или последовательно?

В одном из зарубежных исследований показано, что компании применяют учетные и неучетные методы УП последовательно, причем вначале применяются неучетные методы УП [15]. Это связано с тем, что годовая отчетность, как правило, предоставляется компанией не в момент окончания календарного года, а позже. Тем самым имеется возможность оценить эффект, оказанный на прибыль неучетными методами УП и при необходимости применить учетные методы УП. Соответственно, можно предположить, что чем больше компания использует неучетные методы УП, тем меньше она применяет учетные методы УП. Иными словами, учетные и неучетные методы УП могут рассматриваться как взаимоисключающие. Исходя из этого выдвинем гипотезу о взаимосвязи между учетными и неучетными методами УП.

H3: При прочих равных условиях между УП на основе начислений и УП на основе реальных операций наблюдается обратная взаимосвязь.

Наше исследование проводилось на данных 184 публичных акционерных обществ, торгуемых на российской фондовой бирже РТС/ММВБ за 2009–2013 гг. Использовалась годовая отчетность, подготовленная в соответствии с Российскими стандартами бухгалтер-

ского учета (РСБУ). Проверка гипотез исследования осуществлялась с помощью линейных многофакторных регрессионных моделей.

Зависимыми переменными моделей являются показатели, характеризующие использование компанией учетных или неучетных методов УП. Обозначим с помощью REM показатель, отражающий УП компании с помощью реальных операций, а с помощью AEM — с помощью учетных методов.

Для оценки REM используется подход, предложенный в работах [14; 16]. В рамках этого подхода значение показателя REM определяется как разница между фактическими производственными издержками компании и их «нормальной» величиной, которая рассчитывается с помощью регрессионной модели.

Фактические производственные издержки (*production costs*) компании равны сумме себестоимости проданных товаров (*costs of goods sold, COGS*) и изменения запасов (*inventories*) за отчетный период:

$$ProductionCosts_{i,t} = COGS_{i,t} + \Delta Inventories_{i,t}, \quad (1)$$

где индекс i характеризует определенную компанию из выборки, а t — момент времени.

Для того чтобы вычислить «нормальный» уровень производственных издержек, используется следующая модель¹:

$$\begin{aligned} \frac{ProductionCosts_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} &= \\ &= \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{TotalAssets_{i,t-1}} + \beta_1 \frac{Sales_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} + \\ &+ \beta_2 \frac{\Delta Sales_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} + \beta_3 \frac{\Delta Sales_{i,t-1}}{TotalAssets_{i,t-1}} + \varepsilon_{it}, \quad (2) \end{aligned}$$

где $Sales_{i,t}$ — продажи за отчетный период, $\Delta Sales_{i,t}$ и $\Delta Sales_{i,t-1}$ — абсолютные изменения продаж за текущий и предыдущий периоды соответственно.

Таким образом, разница между фактическими значениями производственных издержек и значениями, рассчитанными по регрессии, составит те самые «сверхиздержки» (*abnormal production costs*), характеризующие REM :

$$\begin{aligned} REM_{i,t} &= AbnormalProductionCosts_{i,t} = \\ &= ProductionCosts_{i,t} - \widehat{ProductionCosts_{i,t}}, \quad (3) \end{aligned}$$

где $\widehat{ProductionCosts_{i,t}}$ — значение производственных издержек компании, оцененное по модели (2).

Считается, что чем больше REM , тем больше прибыль компании. Это объясняется тем, что в данной ситуации компания создает дополнительные запасы продукции, на которые относится часть постоянных затрат. Соответственно, чем больше запасы, тем меньше этих затрат относятся на себестоимость, что приводит к росту прибыли.

Что касается УП на основе учетных методов (AEM), распространенным индикатором их использования для компании являются дискреционные начисления (*discretionary accruals*). Чем больше этот показатель,

тем больше прибыль, так как на расходы списывается меньшая величина затрат компании. Для того чтобы рассчитать значение данного показателя, из фактических суммарных начислений компании (*accruals*) вычитают «нормальный» уровень начислений, оцененный при помощи регрессионной модели:

$$\begin{aligned} \frac{Accruals_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} &= \alpha_0 + \beta_1 \frac{1}{TotalAssets_{i,t-1}} + \\ &+ \beta_2 \frac{\Delta Sales_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} + \beta_3 \frac{PPE_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} + \varepsilon_{it}, \quad (4) \end{aligned}$$

где PPE (*property, plant and equipment*) — основные средства компании.

Фактические суммарные начисления рассчитываются как разность между чистой прибылью/убытком (*Net Income/Loss*) и сальдо денежных потоков по текущим операциям компании (*Cash Flow from Operations*) за отчетный период:

$$\begin{aligned} Accruals_{i,t} &= NetIncome/Loss_{i,t} - \\ &- CashFlowfromOperations_{i,t}. \quad (5) \end{aligned}$$

Величина дискреционных начислений компании рассчитывается по следующей формуле:

$$\begin{aligned} AEM_{i,t} &= DiscretionaryAccruals_{i,t} = \\ &= Accruals_{i,t} - \widehat{Accruals_{i,t}}, \quad (6) \end{aligned}$$

где $\widehat{Accruals_{i,t}}$ — величина суммарных начислений компании, оцененная при помощи модели (4).

Основной независимой переменной в данном исследовании является *абнормальная прибыль/убыток*, рассчитываемая по следующей формуле:

$$UI_{i,t} = NetIncome/Loss_{i,t} - NetIncome/Loss_{i,t-1}. \quad (7)$$

В соответствии с принятыми предположениями, УП на основе реальных операций (REM) и УП на основе начислений (AEM) применяются менеджерами последовательно: REM предшествует AEM . По этой причине мы рассчитываем две независимые переменные: абнормальную прибыль до УП вообще (*Pre-earnings management unexpected income, PreEMUI*) и абнормальную прибыль до УП на основе начислений (*Pre-accounting earnings management unexpected income — PreAEMUI*). Показатель $UI_{i,t}$ так же как и $REM_{i,t}$ и $AEM_{i,t}$, делится на величину суммарных активов компании на начало отчетного периода — $TotalAssets_{i,t-1}$:

$$PreEMUI_{i,t} = \frac{UI_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} - REM_{i,t} - AEM_{i,t}, \quad (8)$$

$$PreAEMUI_{i,t} = \frac{UI_{i,t}}{TotalAssets_{i,t-1}} - AEM_{i,t}. \quad (9)$$

Учитывая предположение о том, что менеджеры применяют различные методы УП с целью «сгладить»

¹ Все переменные, кроме константы, делятся на совокупные активы компании на начало периода ($TotalAssets_{i,t-1}$), чтобы нивелировать различия фирм в отношении размера.

Описательная статистика по переменным моделям

Переменная	Среднее	Стандартное отклонение	Минимальное значение	Максимальное значение
<i>AEM</i>	$1,5 \cdot 10^{-11}$	0,167	-1,597	1,360
<i>PreAEMUI</i>	-0,007	0,145	-0,888	0,560
<i>DE</i>	0,212	0,204	$3 \cdot 10^{-6}$	1,567
<i>PreEMUI</i>	-0,007	0,541	-3,235	2,961
<i>Growth</i>	0,147	0,703	-0,999	9,390
<i>REM</i>	$-3,37 \cdot 10^{-10}$	0,515	-2,547	3,117
<i>Size</i>	16,922	2,006	12,613	23,107

прибыль, мы предполагаем, что обе переменные *PreEMUI* и *PreAEMUI* имеют коэффициент с отрицательным знаком в регрессионных моделях, которые будут построены для *AEM* и *REM*. Это будет означать, что при наличии аномальной прибыли, компании будут стремиться снизить прибыль, а при наличии аномального убытка — увеличить.

В соответствии с теорией финансового рычага, чем выше *долговая нагрузка фирмы (Debt ratio, DE)*, тем меньше вероятность того, что менеджеры будут использовать *REM*, и больше, что будет применяться *AEM* [17]. Это связано с тем, что кредиторы могут требовать у фирмы в качестве залога по займу реальные активы, тем самым повышая степень контроля за ними и снижая возможности управления прибылью на основе реальных операций. Соответственно, это заставляет менеджеров использовать альтернативные методы УП — методы на основе начислений. Следовательно, предполагается, что коэффициент при переменной *DE* в модели *REM* будет отрицательный, а в *AEM* — положительный. Долговая нагрузка рассчитывается как:

$$DE_{i,t} = \frac{Debt_{i,t}}{Equity_{i,t}}, \quad (10)$$

где *Debt_{i,t}* — величина долга компании, *Equity_{i,t}* — величина собственного капитала компании.

Размер фирмы (Size). Крупные компании, как правило, применяют более консервативный учет [16], поэтому предполагается наличие отрицательного коэффициента перед данной переменной в регрессионных моделях *REM* и *AEM*. Переменная рассчитывается как натуральный логарифм совокупных активов компании на конец отчетного периода:

$$Size_{i,t} = \ln(Total\ Assets_{i,t}). \quad (11)$$

Темп роста фирмы (Growth). Предполагается, что растущие фирмы характеризуются стабильно возрастающей прибылью, что снижает необходимость использования менеджерами как учетных, так и неучетных методов УП. Следовательно, корреляция между переменной *Growth* и зависимыми переменными (*REM* и *AEM*) предполагается отрицательной. Темпы роста фирмы рассчитываются как:

$$Growth_{i,t} = \frac{Sales_{i,t} - Sales_{i,t-1}}{Sales_{i,t-1}}. \quad (12)$$

Регрессионные модели исследования основаны на ряде работ зарубежных исследователей [12; 13]. Первая модель отражает УП компании при помощи неучетных методов и имеет следующий вид:

$$REM_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 PreEMUI_{i,t} + \alpha_2 DE_{i,t} + \alpha_3 Size_{i,t} + \alpha_4 Growth_{i,t} + \vartheta_{i,t}, \quad (13)$$

где *REM_{i,t}* — полученная на основе реального УП прибыль (убыток), *PreEMUI_{i,t}* — аномальная прибыль/убыток компании до УП, *DE_{i,t}* — коэффициент долговой нагрузки, *Size_{i,t}* — размер компании (натуральный логарифм совокупных активов), *Growth_{i,t}* — темп роста компании (темп роста выручки), $\vartheta_{i,t}$ — ошибки модели.

Вторая модель характеризует процесс УП компании при помощи учетных методов УП, а также взаимосвязь, существующую между учетными и неучетными методами УП. Она имеет следующий вид:

$$AEM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PreAEMUI_{i,t} + \beta_2 REM_{i,t} + \beta_3 DE_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \beta_5 Growth_{i,t} + \omega_{i,t}, \quad (14)$$

где *AEM_{i,t}* — полученная с помощью УП на основе начислений прибыль (убыток), *PreAEMUI_{i,t}* — аномальная прибыль/убыток компании до УП на основе начислений, но после реального УП, *DE_{i,t}* — коэффициент долговой нагрузки, *Size_{i,t}* — размер компании (натуральный логарифм совокупных активов), *Growth_{i,t}* — темп роста компании (темп роста выручки), $\omega_{i,t}$ — ошибки модели.

Оценка параметров моделей (13) и (14) проводилась по методу наименьших квадратов. Для определения спецификации модели использовались тесты Вальда, Бройша-Пэгана и Хаусмана.

В табл. 1 представлена описательная статистика по переменным регрессионных моделей. В выборке присутствуют компании как с положительными, так и с отрицательными значениями показателей *AEM* и *REM* (см. табл. 1, минимальные и максимальные значения показателей). Это означает, что компании в разные периоды своей деятельности могут придерживаться различных стратегий УП с целью либо увеличить, либо уменьшить ее, т. е. в долгосрочной перспективе следовать стратегии сглаживания прибыли.

В табл. 2 представлены результаты оценивания параметров модели для неучетных методов УП. Модель является статистически значимой и обладает высоким коэффициентом детерминации ($R^2_{overall} = 0,925$). Особо отметим то, что значение коэффициента перед переменной *PreEMUI*, которая измеряет непредвиденную прибыль/убыток компании до применения менеджерами каких-либо методов УП, отрицательно ($-0,779$ при $p\text{-value} < 0,000$). Данное обстоятельство свидетельствует о том, что менеджеры компаний действительно используют УП на основе реальных операций, чтобы «сгладить» прибыль, т. е. снизить

Результаты оценивания моделей для неучетных методов УП

$$REM_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 PreEMUI_{i,t} + \alpha_2 DE_{i,t} + \alpha_3 Size_{i,t} + \alpha_4 Growth_{i,t} + \vartheta_{i,t}$$

REM-модель с фиксированными индивидуальными эффектами				
Переменная	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	P-value
α_0	0,0980	0,530	0,19	0,853
<i>PreEMUI</i>	-0,7790	0,019	-40,06	0,000
<i>DE</i>	-0,1510	0,058	-2,63	0,009
<i>Size</i>	-0,0041	0,031	-0,14	0,889
<i>Growth</i>	0,0180	0,009	1,97	0,050
R^2 overall	0,925			
<i>F-statistics</i>	401,42			
<i>Probability > F</i>	0,0000			

Таблица 3

Результаты моделирования взаимосвязи учетных и неучетных методов УП

$$AEM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PreAEMUI_{i,t} + \beta_2 REM_{i,t} + \beta_3 DE_{i,t} + \beta_4 Size_{i,t} + \beta_5 Growth_{i,t} + \omega_{i,t}$$

AEM-модель сквозной регрессии				
Переменная	Коэффициент	Стандартная ошибка	t-статистика	P-value
α_0	0,055	0,045	1,22	0,224
<i>PreAEMUI</i>	-0,778	0,036	-21,55	0,000
<i>REM</i>	-0,004	0,101	-0,39	0,695
<i>DE</i>	0,056	0,027	2,11	0,035
<i>Size</i>	-0,004	0,003	-1,64	0,102
<i>Growth</i>	0,021	0,008	2,73	0,006
R^2	0,4739			
R^2 -adjusted	0,4690			
<i>F-statistics</i>	98,3500			
<i>Probability > F</i>	0,0000			

непредвиденную прибыль (когда *PreEMUI* > 0) или, наоборот, сократить непредвиденный убыток (когда *PreEMUI* < 0). Таким образом, гипотеза *H1* подтверждается на данной выборке компаний.

Переменная *DE* статистически значима и знак перед этой переменной отрицателен. Данный результат свидетельствует о том, что в случае наличия большой долговой нагрузки компании не склонны использовать неучетные методы УП для завышения прибыли. Переменная *Size* статистически незначима в модели, поэтому на данной выборке компаний мы не можем сделать вывод о том, как взаимосвязаны размер компании и использование ею неучетных методов УП. Переменная *Growth* статистически значима и знак при этой переменной положителен. Это означает, что, вопреки сделанным предположениям компании с положительным темпом прироста выручки, используют неучетные методы УП для завышения величины прибыли.

В табл. 3 представлены результаты оценивания параметров модели, отражающей взаимосвязь учетных и неучетных методов УП. Модель (14) является статистически значимой, совокупный коэффициент детерминации равен 0,4690. Среди переменных статистически значимой является, в частности, переменная *PreAEMUI*, характеризующая непредвиденную прибыль/убыток, которые были у компании до применения менеджерами методов УП на основе начислений, но уже после неучетного УП. Коэффициент при ней имеет отрицательный знак (-0,778 при *p-value* = 0,000). Это

подтверждает предположение о том, что менеджеры могут использовать УП на основе начислений, чтобы «сгладить» прибыль, т. е. снизить непредвиденную прибыль (когда *PreAEMUI* > 0) или, наоборот, сократить непредвиденный убыток (когда *PreAEMUI* < 0), уже после того, как компания применила неучетные методы УП. Таким образом, на данной выборке компаний можно принять гипотезу *H2*.

Этот результат также показывает, что учетные и неучетные методы УП применяются компаниями последовательно. Первоначально компании применяют неучетные методы УП, а затем при составлении годовой финансовой отчетности они могут дополнительно использовать учетные методы УП для обеспечения желаемого эффекта на прибыль, что согласуется с работой [15].

Переменная *REM* не является статистически значимой в модели. По этой причине на данной выборке компаний нельзя говорить о том, в каком соотношении компании используют учетные и неучетные методы УП.

Переменная *DE* статистически значима в модели и знак перед данной переменной положителен. Это может означать, что в случае наличия большой долговой нагрузки компании склонны использовать учетные методы УП для завышения прибыли с целью выполнения кредитных ковенантов.

Переменная *Size* статистически незначима в модели, поэтому на данной выборке компаний мы не мо-

жем сделать вывод о том, как взаимосвязаны размер компании и использование ею учетных методов УП.

Переменная *Growth* статистически значима и знак при этой переменной, также как и в модели (13), положителен. Это означает, что компании с положительным темпом прироста выручки используют и учетные методы УП для завышения величины своей прибыли.

Проведенное исследование представляет собой одну из первых работ по проблеме использования учетных и неучетных методов УП в деятельности российских компаний. Основная цель работы состояла в том, чтобы получить эмпирическое подтверждение использования российскими компаниями различных методов УП для сглаживания прибыли. Проверка гипотез исследования осуществлялась на выборке из 184 публичных акционерных обществ, торгуемых на российской фондовой бирже РТС/ММВБ. Данные по компаниям собирались за 2009–2013 гг.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что российские компании используют как учетные, так и неучетные методы УП с целью «сгладить» показатель чистой прибыли. Иными словами, компании заинтересованы в стабилизации значений показателей прибыли на протяжении нескольких последовательных лет и могут применять различные методы УП для корректировки значения этого показателя. В том случае, если величина абнормальной прибыли компании положительна, компании склонны занижать прибыль и, наоборот, при отрицательной абнормальной прибыли они склонны завышать ее. Этот результат согласуется с итогами многочисленных зарубежных исследований.

Выбор в пользу учетных и неучетных методов определяется в том числе величиной долга компании. Чем больше уровень долга, тем менее склонны компании к использованию неучетных методов (совершению специальных операций) и тем более склонны к применению учетных инструментов.

Как уже отмечалось, проведенное исследование представляет собой одну из первых попыток анализа закономерностей использования методов УП российскими компаниями. Поэтому оно охватывает только наиболее общие гипотезы. По нашему мнению, дальнейшие исследования в этом направлении должны касаться детального состава методов УП, используемых российскими организациями, — какие учетные статьи подвергаются наиболее частому манипулированию и в какой ситуации, какие транзакции могут осуществляться компаниями для управления прибылью, от каких дополнительных факторов зависит выбор компании в пользу учетных и неучетных методов и т. п.

Очевидно, что результаты такого рода исследований будут представлять значительный интерес для различных внешних пользователей учетной информации, поскольку позволят им с большей степенью надежности прогнозировать финансовый результат компаний, что в конечном итоге даст возможность принимать более обоснованные решения в отношении этих организаций.

Литература

1. Александр Д., Бриттон А., Йориссен Э. Международные стандарты финансовой отчетности: от теории к практике. М.: Вершина, 2005. 888 с.
2. Волков Д. Л., Никулин Е. Д. Управление прибылью в деятельности компании: теоретические подходы и эмпи-

рические исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент. 2013. Вып. 3. С. 3–22.

3. Леевик Ю. С. Резервы предстоящих расходов как инструмент управления финансовой отчетностью // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент. 2006. Вып. 3. С. 104–118.
4. Леевик Ю. С. Управление финансовым результатом: эмпирическое исследование в России // Экономика и управление. 2009. № 2/5 (42). С. 85–90.
5. Bartov E. The Timing of Asset Sales and Earnings Manipulation // *The Accounting Review*. 1993. Vol. 68, N 4. P. 840–855.
6. Beidleman C. R. Income Smoothing: The Role of Management // *The Accounting Review*. 1973. Vol. 48, N 4. P. 653–667.
7. Burgstahler D., Eames M. Management of Earnings and Analysts' Forecasts to Achieve Zero and Small Positive Earnings Surprises // *Journal of Business Finance & Accounting*. 2006. Vol. 33, N 5–6. P. 633–652.
8. Cohen D. A., Zarowin P. Accrual-Based and Real Earnings Management Activities around Seasoned Equity Offerings // New York University. Stern School of Business. 2008: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://archive.nyu.edu/bitstream/2451/27595/2/SSRN-id1081939.pdf>.
9. Guidara R., Boujelbene Y. Earnings Management around Research and Development Manipulation // *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. 2014. Vol. 4, N 2. P. 26–37.
10. Gunny K. A. The Relation Between Earnings Management Using Real Activities Manipulation and Future Performance: Evidence from Meeting Earnings Benchmarks // *Contemporary Accounting Research*. 2010. Vol. 27, N. 3. P. 855–888.
11. Healy P. M., Wahlen J. M. A Review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standard Setting // *Accounting Horizons*. 1999. Vol. 13, N 4. P. 365–383.
12. Herrmann D., Tatsuo I., Wayne B. T. The Sale of Assets to Manage Earnings in Japan // *Journal of Accounting Research*. 2003. Vol. 41, N 1. P. 89–108.
13. Inoue T., Thomas W. The Choice of Accounting Policy in Japan // *Journal of International Financial Management and Accounting*. 1996. Vol. 7, N 1. P. 1–23.
14. Jones J. J. Earnings Management During Import Relief Investigations // *Journal of Accounting Research*. 1991. Vol. 29, N 2. P. 193–228.
15. Miloud T. Earnings Management and Initial Public Offerings: an Empirical Analysis // *The Journal of Applied Business Research*. 2014. Vol. 30, N 1. P. 117–134.
16. Roychowdhury S. Earnings Management through Real Activities Manipulation // *Journal of Accounting and Economics*. 2006. Vol. 42, N 3. P. 335–370.
17. Scott W. *Financial Accounting Theory*. New Jersey: Prentice Hall, 6 edition 2011. 592 p.
18. Teoh S. H., Welch I., Wong T. J. Earnings Management and the Long-Run Market Performance of Initial Public Offerings // *Journal of Finance*. 1998. Vol. 53, N 6. P. 1935–1974.
19. Watts R. L., Zimmerman J. L. *Positive Accounting Theory*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1986. 400 p.
20. Zang A. Y. Evidence on the Trade-Off between Real Activities Manipulation and Accrual-Based Earnings Management // *The Accounting Review*. 2012. Vol. 87, N 2. P. 675–703.

References

1. Alexander D., Britton A., Jorissen A. *International financial reporting and analysis*. Cengage Learning EMEA Publ., 2003. 912 p. (Russ. ed.: Aleksander D., Britton A., Yorissen E. *Mezhdunarodnye standarty finansovoy otchetnosti: ot teorii k praktike*. Moscow, Vershina Publ., 2005. 888 p.).
2. Volkov D. L., Nikulin E. D. Upravlenie pribyl'yu v deyatel'nosti kompanii: teoreticheskie podkhody i empiricheskie issledovaniya [Earnings management in a company's activities: Theoretical approaches and empirical studies]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser. 8: Menedzhment* [Herald of St. Petersburg University. Ser. 8: Management], 2013, no. 3, pp. 3–22.

3. Leevik Yu. S. Rezervy predstavlyashchikh raskhodov kak instrument upravleniya finansovoy otchetnost'yu [Reserves for future expenses as a management tool of financial statements]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser. 8: Menedzhment* [Herald of St. Petersburg University. Ser. 8: Management], 2006, no. 3, pp. 104–118.
4. Leevik Yu. S. Upravlenie finansovym rezul'tatom: empiricheskoe issledovanie v Rossii [Management of financial result: An empirical study in Russia]. *Ekonomika i upravlenie*, 2009, no. 2/5 (42), pp. 85–90.
5. Bartov E. The timing of asset sales and earnings manipulation. *The Accounting Review*, 1993, vol. 68, no. 4, pp. 840–855.
6. Beidleman C. R. Income smoothing: The role of management. *The Accounting Review*, 1973, vol. 48, no. 4, pp. 653–667.
7. Burgstahler D., Eames M. Management of earnings and analysts' forecasts to achieve zero and small positive earnings surprises. *Journal of Business Finance & Accounting*, 2006, vol. 33, no. 5–6, pp. 633–652.
8. Cohen D. A., Zarowin P. *Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings*. New York, Stern School of Business, New York University, 2008. Available at: <http://archive.nyu.edu/bitstream/2451/27595/2/SSRN-id1081939.pdf>.
9. Guidara R., Boujelbene Y. Earnings management around research and development manipulation. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 2014, vol. 4, no. 2, pp. 26–37.
10. Gunny K. A. The relation between earnings management using real activities manipulation and future performance: Evidence from meeting earnings benchmarks. *Contemporary Accounting Research*, 2010, vol. 27, no. 3, pp. 855–888.
11. Healy P. M., Wahlen J. M. A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 1999, vol. 13, no. 4, pp. 365–383.
12. Herrmann D., Tatsuo I., Wayne B. T. The sale of assets to manage earnings in Japan. *Journal of Accounting Research*, 2003, vol. 41, no. 1, pp. 89–108.
13. Inoue T., Thomas W. The choice of accounting policy in Japan. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 1996, vol. 7, no. 1, pp. 1–23.
14. Jones J. J. Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 1991, vol. 9, no. 2, pp. 193–228.
15. Miloud T. Earnings management and initial public offerings: An empirical analysis. *The Journal of Applied Business Research*, 2014, vol. 30, no. 1, pp. 117–134.
16. Roychowdhury S. Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 2006, vol. 42, no. 3, pp. 335–370.
17. Scott W. *Financial accounting theory*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall Publ., 2011. 592 p.
18. Teoh S. H., Welch I., Wong T. J. Earnings management and the long-run market performance of initial public offerings. *Journal of Finance*, 1998, vol. 53, no. 6, pp. 1935–1974.
19. Watts R. L., Zimmerman J. L. *Positive accounting theory*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, Inc. Publ., 1986. 400 p.
20. Zang A. Y. Evidence on the trade-off between real activities manipulation and accrual-based earnings management. *The Accounting Review*, 2012, vol. 87, no. 2, pp. 675–703.

Издательство СПбУиЭ

Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики выпускает книги отечественных и зарубежных авторов по актуальным вопросам экономики как для специалистов в области финансово-кредитных отношений, туризма, бухгалтерского учета и аудита, статистики, информационных технологий, экологии, физического воспитания, так и для преподавателей и студентов высших учебных заведений, колледжей и лицеев.

Издательство оказывает квалифицированные редакционно-издательские услуги:

- Редактирование
- Корректурa
- Верстка
- Художественное и графическое оформление
- Подготовка оригинал-макета
- Полиграфические работы

Редакция предлагает авторам публиковать свои статьи в российском научном журнале «Экономика и управление», в журналах «Ученые записки Санкт-Петербургского университета управления и экономики» и «Социология и право», которые выпускаются издательством СПбУиЭ.

Все научные журналы включены в Перечень ВАК.

Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики предлагает развитие партнерских отношений с регионами ближнего и дальнего зарубежья в целях взаимовыгодного сотрудничества.

В рамках данного сотрудничества предлагаем Вам рассмотреть вариант подготовки специального выпуска РНЖ «Экономика и управление», посвященного специфике социально-экономического развития Вашего региона.

Для получения полной информации обращайтесь в издательство по адресу:

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44

Тел.: (812) 448-82-50; e-mail: izdat-ime@yandex.ru; izdat@spbume.ru

