



审计市场行为主体及其博弈关系分析

房巧玲(博士)

(中国海洋大学管理学院 青岛 266071)

【摘要】 审计市场的行为主体包括审计服务的供给者、需求者和监管者。本文对我国审计市场的行为主体及其博弈关系进行了分析,以期为我国审计市场的良性运行提供一种思路。

【关键词】 审计市场 博弈关系 供给者 需求者 监管者

在我国审计市场的发展历程中,审计市场秩序一直是审计理论界和实务界关注的焦点。从市场运行机理的角度来看,审计市场秩序在很大程度上是审计市场行为主体之间相互作用、相互影响的结果。鉴于此,本文拟对审计市场的行为主体及其博弈关系进行分析,以期为我国审计市场的良性运行提供一种思路。

一、审计市场的行为主体分析

审计市场的行为主体包括审计服务的供给者、需求者和监管者,其中审计服务的需求者又可以分为最终需求者和代理需求者两类。我们在这里主要对审计服务的需求者和供给者进行分析。

1. 审计服务的需求者。与一般的商品、服务市场不同的是,审计市场中的需求者包括两类:

(1)最终需求者。最终需求者是指审计服务的最终使用者,即真正需要根据审计结果判断被审计单位披露的信息的可靠程度的各利益相关者。审计服务是在资源所有权和使用权分离的情况下,为了满足资源提供者监督经营管理者履行受托经济责任情况的要求而产生的。资源提供者对经营管理者所提供的经营活动信息的可靠性存在质疑,从而需要审计服务对此提供合理的保证。在现代经济生活中,这种委托代理关系及人们对审计服务的需求会随着资本市场的发展而表现得更加突出和普遍。从一般意义上说,审计服务的最终需求者就是资本市场中现实或潜在的资金提供者(包括投资者和债权人)。

(2)代理需求者。在现实经济生活中,当审计服务的最终需求者众多、分布较广时,他们单独提出审计服务需求是不现实的,这就需要有一个能够代表其根本利益的机构代为提出审计服务需求。以上市公司年度财务报表审计为例,由于审计服务的最终需求者众多、构成复杂,并且分布极为分散,因此通常由公司股东大会代为提出审计服务需求。为了将前面提到的审计服务的最终需求者与这里的“代言人”区分开来,笔者将这里的“代言人”称为“审计服务的代理需求者”。

由此看来,在由审计委托人、审计人、被审计人构成的现实审计关系中,审计委托人(即审计服务的购买者)可能是审计服务的最终需求者,也可能是审计服务的代理需求者。尽

管从表面上看两者都存在对审计服务的正当需求,但是事实上真正有动机和能力购买审计服务、创造审计需求的只是最终需求者,代理需求者只不过充当了在市场上传递需求的角色。

2. 审计服务的供给者。审计服务的供给者是注册会计师及会计师事务所。与一般商品、服务的供给者有所不同,审计服务的供给者承担着更多的社会责任,有关监管机构也对其执业行为进行了严格的限制和约束。

在这种情况下,注册会计师及会计师事务所的行为取向就受到多种因素的综合影响,呈现出一定的复杂性。注册会计师既是理性经济人,追求个体利益最大化,又要承担保护公众利益的责任,需要接受社会公众的道德评判。因此,他们总是在个体利益与公众利益之间不断寻求平衡。要使注册会计师的执业行为符合市场经济发展的要求,就要同时运用市场调节手段和道德熏陶手段对其加以引导。当然,在市场经济条件下,前一种手段形成的激励和约束是基础性的,后一种手段形成的激励和约束则是一种必要的、有益的补充。

二、审计市场行为主体的博弈关系分析

在审计市场的运行过程中,除了审计服务的供给者和需求者两类主体参与,还需要有相关监管部门对市场运行过程进行必要的监督和干预,以维护正常的市场秩序。供给者、需求者和监管者至少在以下几个方面存在着不同层次、不同类型的竞争,构成了多种相互交错、相互关联的博弈关系。

1. 审计服务的最终需求者和代理需求者之间的博弈关系。前已述及,审计服务的最终需求者和代理需求者之间是一种典型的委托代理关系。最终需求者希望代理需求者能够真正代表自己的根本利益,使自己的真实审计需求不偏不倚、及时地传递到审计市场中。这自然就引出了下面的问题:什么是最终需求者的真实审计需求呢?如前所述,在现实资本市场中,审计服务对相关信息的保障程度越大,就越有利于资本市场功能的有效发挥。因此,在成熟的市场经济条件下,资本市场对高质量审计服务的需求有其内在必然性,也就是说,最终需求者的真实审计需求是高质量的审计服务。那么,具体到处于特定制度背景下的我国,审计服务的最终需求者

的真实审计需求是否也是如此呢?这就需要先认清谁是我国审计服务的最终需求者。

从总体上看,我国审计服务的最终需求者是社会公众。认清了这一点,就不难理解为什么每次发生重大审计失败案件时,反应最为激烈、最痛心疾首的总是社会公众了。作为资本市场委托代理链条上的终极委托人,其与代理人之间存在严重的信息不对称,从而需要借助高质量的审计服务来监督代理人的行为,这一点与西方发达国家的情况并无不同。换言之,我国审计服务的最终需求者同样希望代理需求者将其对高质量审计服务的需求准确地传递到审计市场中。

当然,代理需求者是否能够和能在多大程度上按照最终需求者的意愿购买高质量审计服务,取决于其与最终需求者在对审计服务的需求方面是否具有和在多大程度上具有利益一致性。在双方为了最大化自身利益而进行的博弈中,代理需求者的策略选择是购买何种质量水平(“高”还是“低”)的审计服务;而最终需求者为了维护自身利益,则将针对代理需求者的策略选择采取行动。从理论上讲,最终需求者的策略选择是对代理需求者进行何种奖惩,包括是否继续委托该代理需求者等。但遗憾的是,最终需求者与代理需求者之间存在信息不对称,作为委托代理关系中的委托方,最终需求者显然处于信息劣势,属于“不完全信息博弈方”,再加上评价审计质量相当困难,因此最终需求者想要准确获知代理需求者的策略选择并非易事,从而其针对代理需求者采取的制衡措施的有效性不强。

由此可见,能否消除各种干扰审计市场正常运行的不利因素,使最终需求者对审计服务的真实需求准确传递到市场中,关键取决于代理需求者能否真正代表最终需求者的根本利益,而这显然与公司治理机制的有效性密切相关。

2. 审计服务的代理需求者与监管者之间的博弈关系。作为审计服务的现实购买方,代理需求者从自身利益出发,有可能忠实地表达最终需求者的真实意愿,购买高质量的审计服务,也有可能购买低质量的审计服务。审计市场中的监管者虽然不会针对代理需求者的需求倾向和购买特征做出具体的规定和要求,但是其会通过制定一系列规章制度对代理需求者的行为进行必要的约束,并对其违规行为进行适当的处罚。

因此,在代理需求者与监管者形成的博弈关系中,代理需求者的可选策略是违规或不违规。针对其不同的策略选择,监管者则将有针对性地采取进一步行动。

我们可以看出,能否有效地规范代理需求者的行为,关键在于能否通过相关法规的制定和实施对代理需求者的行为形成强有力的约束。这显然与代理需求者的违规风险大小以及违规处罚力度密切相关。

3. 审计服务的代理需求者与供给者之间的博弈关系。在审计服务的代理需求者与供给者形成的博弈关系中,代理需求者始终处于主导地位,代理需求者的可选策略是购买何种

质量水平(“高”还是“低”)的审计服务并支付多少审计费用。供给者则将针对代理需求者的策略选择做出“接受”或“拒绝”的行为选择。值得注意的是,相比之下,代理需求者的行为特征对供给者的策略选择及其受益情况的影响是主要的,而供给者的行为特征对代理需求者的策略选择及其受益情况的影响是次要的,这是由审计市场的需求导向型特征决定的。

不难看出,鉴于审计服务的现实购买方即代理需求者能制约审计服务供给者的行为,因此供给者的行为是否遵循审计市场的效率原则,在很大程度上取决于代理需求者的需求特征;而供给者对代理需求者的行为不具有约束作用,因此代理需求者的行为是否遵循审计市场的效率原则不是供给者可以左右的。

需要说明的是,由于对审计服务质量的评价相当困难,因此审计服务的购买方在评价拟购买审计服务的质量时,必须借助一些质量指示信号,如提供审计服务的会计师事务所的规模、声誉等。而这些质量指示信号能否真实、客观地反映审计服务的质量,直接关系到审计服务购买方的购买策略能否顺利实施。这就要求审计市场通过一系列的制度安排保证审计质量显示机制的有效性。

4. 审计服务的供给者与监管者之间的博弈关系。除了受制于审计市场的需求特征,审计服务供给者的策略选择还要受监管者的监督。监管者虽然不会针对供给者具体提供何种质量水平的审计服务做出强制性规定,但会通过制定一系列法规制度对其行为做出必要的限制,并对其违规行为进行适当的处罚。因此,在供给者与监管者形成的博弈关系中,供给者的可选策略是违规或不违规,而监管者则将针对供给者的不同策略选择采取进一步的行动。

由此可见,能否有效地规范供给者的行为,使其在追逐自身利益的同时不会扰乱市场秩序,关键在于能否通过相关法规的制定和实施对其形成强大的威慑力。这显然与供给者的违规风险大小和违规处罚力度密切相关。

我们要使审计服务的最终需求者对高质量审计服务的需求得到应有的重视,并有效地引导审计服务的供给者最大限度地提供高质量的审计服务,以满足资本市场对可靠会计信息的需求。只有在这种情况下,“优质”会计师事务所才能获得更大的竞争优势,从而维护审计市场秩序,最大限度地促进审计市场优化资源配置功能的发挥。

【注】本文系中国海洋大学人文社科规划项目“我国审计市场信息传递机制有效性研究”(项目编号:H07ZD04)的阶段性研究成果。

主要参考文献

1. 樊纲. 市场机制与经济效益. 上海:上海人民出版社,1999
2. 房巧玲. 需求导向的审计质量及其衡量观. 财会月刊(会计),2005;8
3. 谢识予. 经济博弈论. 上海:复旦大学出版社,2004