

企业核心竞争力会计理论研究

西南民族大学管理学院 林克利

【摘要】 本文对企业核心竞争力会计的研究现状进行评述,从会计信息含量的视角,建立企业核心竞争力会计理论研究框架:企业核心竞争力的价值计量、评价和信息披露模型。同时分析了企业核心竞争力会计的特点在于:计量以未来的不确定信息为基础,评价以博弈论为基础建立指标体系,披露以信息的成本效益为基础。

【关键词】 企业核心竞争力 价值计量 评价 信息披露

关于企业核心竞争力的本质,国内外学者持不同的观点,从整体来看比较认同企业核心竞争力是一种综合能力,即企业在长期经营过程中形成的不易被竞争对手仿效的,能带来超额利润的独特能力。笔者认为,企业核心竞争力具有竞争特性,在博弈论看来,核心竞争力就是企业作为博弈参与者的博弈能力。因此,将其界定为一种能力资产,有助于对企业核心竞争力进行识别、计量和评价。

企业核心竞争力会计就是对企业核心竞争力进行计量和报告,以提供企业核心竞争力会计信息,满足决策者对企业核心竞争力进行评价的需要,以及在不确定信息条件下进行投资、管理等战略决策的需要。

一、企业核心竞争力会计研究的文献回顾

(一)企业核心竞争力会计研究的理论基础

在我国,对企业核心竞争力会计进行系统研究的文献很少,主要有:胡玉明(2001)从企业业绩综合评价的角度来建立的企业核心竞争力管理会计控制体系,其涵盖内容相当广泛,从财务会计到激励机制与管理报酬计划,几乎包括了企业管理的各个环节,给我们的研究提供了一个分析性框架。汤湘希(2006)将核心竞争力理论与会计控制理论结合起来进行研究,建立企业核心竞争力会计控制体系,旨在分析核心竞争力的识别、价值计量及评价体系。因此,他将核心竞争力会计的内涵界定为:企业通过对核心竞争力进行会计计量和报告,以此培育和管理企业核心竞争力的会计控制体系。

(二)企业核心竞争力的价值计量

目前,从会计角度研究企业核心竞争力价值计量的文献不多。汤湘希(2006)提出以核心竞争力产生的经济收益来进行计量,采用直接测度法或间接测度法。其中,直接测度法就是根据企业过去已实现的利润与同行业平均利润的差额,再按其持续年限计算核心竞争力的价值;间接测度法主要包括改进型 Hoskold 法和改进型 Morkill 法,以在持续期内折现的方法来计量核心竞争力价值的大小。此外,汤湘希还提出了割差法(即用企业价值减去有形资产价值,再减去除核心竞争力以外的其他无形资产的价值后的差)、改进型收益现值法以及市盈率倍数法。他认为用不同的方法计算结果差别较大,最简

单可靠的方法还是直接计算法。

张东宝(2006)提出超额收益法,即通过估测由于存在企业核心竞争力而给企业带来的预期超额收益,并按一定方法推算出企业核心竞争力价值。超额收益法是会计准则有关无形资产评估中收益贴现法的变形。企业核心竞争力价值= \sum 各年预期超额收益 \times 各年的折现系数。

盛明泉、李昊(2006)研究认为:自创商誉与智力资本构成了企业的核心竞争力,是企业核心竞争力会计研究的对象,因此可以根据 Black-Scholes 的期权定价模型计量智力资本的内在价值或基本价值,再用割差法算出核心竞争力的总价值,倒推出自创商誉的价值。

朱开悉、李小朋(2006)也是以计算企业的超额收益的方式来计量企业核心竞争力的价值,在建立了三个假设的基础上提出了一个计量模型,具体方法是:首先计算出企业的超额收益率,即收益价格比率减去资本成本、市场系统风险收益和非系统风险收益,再以企业股票总市值乘以该超额收益率。同时,他强调这种方法只适用于某时刻以历史成本计算的核心竞争力价值,全面计量还需要加上未来现金流量的现值。

(三)企业核心竞争力的评价方法及具体指标设计

综观国内外研究,学者们以技术优势论、市场优势论及规模优势评价理论为基础,对企业核心竞争力的评价提出了以下几种方法:因素分析法、模糊综合评价法、灰色层次分析法、对比差距分析法、内涵解析法等。各种方法在评价指标方面的设计也不相同,如吴玉鸣、李建霞(2003)认为,核心竞争力应从核心技术能力(优势技术与专长)、核心生产制造能力(核心产品)、核心组织管理能力(成长能力)、核心企业文化(价值链)、核心市场营销(开拓能力)、经济绩效和战略创新能力等方面进行评价,采用因素分析法进行具体评价;吴晓勇(2007)从无形资产构成的角度提出了企业核心竞争力的评价体系。

(四)企业核心竞争力信息的报告和披露

现行的财务报告中,不仅未披露任何有关企业核心竞争力的信息,而且连无形资产的信息也是少之又少。在基于企业核心竞争力理论的会计信息披露理论研究方面,也只有少数学者有零星的涉及,并未有完整而系统的研究。近年来我国学

者对核心竞争力信息的报告与披露进行研究的文献逐渐增多,主要表现在披露的内容和实现方式上。如汤湘希(2005)从核心竞争力评价的角度提出核心竞争力会计信息的解读方式,并构造了六个核心竞争力会计报表。宋献中(2006)撰文进一步指出核心能力信息披露是上市公司自愿信息披露战略的一部分,应该遵循循序渐进的原则,以非财务报告披露为起点,逐步过渡到管理层讨论与分析披露,最终实现核心能力报告的披露目标。侯雪筠等(2006)认为核心能力信息披露的内容应包括核心竞争力的评价信息和评价结果的分析。钱淑芬(2007)研究核心竞争力信息自愿披露的内容、形式、有效程度等问题,对企业核心竞争力信息自愿披露战略进行了探讨。

(五)对已有研究的评价

从上述分析可以看出,近年来学术界对企业核心竞争力会计的研究内容大都集中在信息披露上,因为核心竞争力信息属于自愿性信息披露的范畴,对其的研究容易展开;而对核心竞争力的计量和评价研究没有突破,因为企业核心竞争力的计量和评价的数据难以获得,量化较为困难。其研究的不足主要表现在以下几方面:

1. 研究方法和理论。在研究方法上,除了核心竞争力理论、会计控制理论、信息披露理论较为丰富之外,其他没有理论研究上的突破。一方面,新的经济、管理理论与方法在此研究领域难觅踪影,如将博弈论与信息经济学的方法等用于实证分析的很少,定量的模型和方法研究也比较少。另一方面,对企业核心竞争力的研究抽象的、理论层面的研究太多,而操作层面的研究较少。

2. 价值评估研究。企业核心竞争力的价值评估并没有特定的方法,而且大部分研究主要集中于计量企业核心竞争力的过去价值,较少关注其未来价值。而企业在未来如何培育和提升核心竞争力、降低经营风险才是决策应该考虑的重点,所以核心竞争力的价值衡量也应主要考虑面向未来。同时,这也符合核心竞争力作为资产计量的内涵。

3. 评价体系的指标设计和可比性。核心竞争力评价体系在指标设计上的差距很大,而且对企业核心竞争力的评价结果缺乏可比性。这主要是因为它们各自所依据的理论不相同,缺乏一个较一致的、能全面解释企业核心竞争力的评价理论。

二、企业核心竞争力会计研究框架

由于企业核心竞争力具有竞争特性,从本质上说,可以理解为企业的博弈竞争能力,企业核心竞争力会计的作用就是提供核心竞争力信息,因此,可以从博弈理论和信息经济学的视角来对企业核心竞争力资产展开会计研究:一是进行会计估价,还可以将其与企业未来的战略投资结合起来,为管理者提供决策支持;二是构建评价指标,并且可以适用于所有的企业,弥补现有评价体系不可比的缺陷;三是构建信息披露模型,确定披露的内容和原则,更好地满足外部投资者决策的信息需要。

(一)企业核心竞争力价值计量模型

资产有两种计量基础,一是产出价值,二是投入价值。根据企业核心竞争力的资产属性以及未来的不确定性,可以考

虑从这两方面进行计量,由此笔者提出两种计量模型:现金流量矢量模型和实物期权模型。

1. 以未来产出价值为基础的计量模型——现金流量量折现法。

(1)模型建立。第一步,界定可以产生企业核心竞争力的关键活动,有两个标准:其一是要对最终产品或服务的价值有重要贡献;其二是代表了独一无二并能提供持久竞争优势的能力。实际上,有研究表明,绝大多数成功企业只有一、两项关键活动,很少超过五、六项。

第二步,分析关键活动能产生的预期现金流(CF_1),计算企业核心竞争力的年度价值。现金流的确定可以参照同类企业该项活动现金流的期望价值或采用机会成本。我们假定企业某年核心竞争力的不同组成部分所产生的期望现金流矢量为: $\vec{CF}_1(s)=(CF_1(s), CF_2(s), \dots, CF_n(s))$ 。其中: s 表示未来评估时的不确定状态,未来信息的出现会改变对核心竞争力组成要素的现金流预测。因为核心竞争力是一项合力资产,该年核心竞争力价值为 $A_1=|\vec{CF}_1|$ 。这是在企业内部的横向计算。

第三步,计算企业核心竞争力未来现金流的折现价值,这是对核心竞争力进行纵向评估的总价值。公式为:

$$A=(A_1, A_2, \dots, A_n, r)=\sum_{i=1}^n \frac{A_i}{(1+r)^i}$$

其中: A 是企业核心竞争力资产的总价值; r 表示未来价值的折现系数,也代表企业看待未来核心竞争力资产的风险的高低。

(2)模型评析。这个计量模型的主要特征是:①注重企业核心竞争力的资产特性,体现了企业核心竞争力带给企业的未来获利能力;②体现了企业核心竞争力的时间价值和风险价值;③体现了企业核心竞争力的组成结构和整合效应。此外,该模型还可以理解为企业的核心产品或核心服务将带来的现金流,由企业内部管理人员进行评估,以提供核心竞争力信息,便于企业对核心竞争力进行监控和管理。该模型适合于企业内部管理者对企业核心竞争力进行价值评估,可作为企业进行核心竞争力会计计量的依据,同时为企业管理核心竞争力提供信息。

2. 以投入价值为基础的计量模型——实物期权法。有学者研究了核心竞争力战略投资的实物期权评估方法,将这种战略投资分为三类:一是试探核心竞争力的战略投资,可视为购买增长期权;二是转移核心竞争力的战略投资,可视为放弃增长期权执行或执行转换期权;三是开发核心竞争力的战略投资,可视为执行运营期权。以此为基础,笔者认为企业管理者可从投入价值的角度对核心竞争力价值进行计量。该模型充分考虑了企业未来的不确定性,其结果具有较好的决策价值。

(二)企业核心竞争力评价模型

什么是核心竞争力?在博弈论看来,核心竞争力就是企业作为博弈参与者的博弈能力。它与前文界定的企业核心竞争力的能力本质是一致的。

博弈由参与者、信息、行动策略和利益支付这四个基本要

素构成。其中,参与者是主体,利益支付是目的,信息和行动策略分别是实现目的的条件和手段。对于理性的、追求利益最大化的每一个参与者来说,博弈的目的就是在既定的信息条件下选择最佳行动策略以获得最大的利益支付。因此,企业的核心竞争力(博弈能力)就是它取得最大化支付的能力。

然而,由于各参与者的利益相互关联甚至相互冲突,每一方利益最大化的实现要以其他各方的利益最大化为条件,因而博弈各方的博弈能力不完全取决于它自己,而是与其他各方的博弈能力相联系。只有当博弈达到均衡状态时,各方的利益才能确定。

此外,参与者的博弈能力与其策略构造和策略选择能力有关,而策略构造和策略选择依赖于信息条件,因此博弈能力也必然与参与者获取、处理和利用信息的能力(以下简称“信息能力”)有关。因此,博弈能力是由支付函数、策略能力和信息能力这三者共同作用而形成的一种综合能力。注意这三者之间不是加和关系,而是乘积关系。因为这三者之中只要有一个为零,即使其他两个再强大,总的博弈能力都将为零,即:博弈能力=信息能力×策略能力×支付函数。企业的核心竞争力具有竞争特性,也遵从于这一博弈规律,可以从这三个方面构造核心竞争力的评价模型。

(三)企业核心竞争力信息的披露模型

1. 信息披露博弈模型建立。

(1)管理者和投资者之间的博弈。管理者和投资者之间的博弈是一种非合作博弈,两者很难达成一项具体的、具有约束力的协议,但这个博弈过程可以重复多次进行。

假设管理者有两种战略选择,且必须选择其中一种:第一种战略选择称为“不披露”,可以理解为公司不披露核心竞争力等前瞻性信息或不真实披露核心竞争力信息;第二种战略选择称为“披露”,可以理解为公司管理者自愿披露核心竞争力会计信息,并提供相关可靠的财务报表。投资者同样有两种战略选择,即对公司进行投资或不投资。

哪一种战略组合将被选择呢?用矩阵法分析表明,纳什均衡的结果是:管理者选择不披露,投资者选择不投资。然而这不是一个完全令人满意的结果,因为这意味着至少对假定的效用价值来说,公司将可能不会良好地运行。解决的办法:一种可能是各参与人聚集在一起,达成一项具有约束性的协议。不过,前提是要使投资者确信该协议实际上是对管理人员具有约束力的,并使投资者相信该协议能被执行。另一种可能是通过引入对歪曲信息行为的严厉处罚来改变这个博弈中的效用支付函数,这可以降低管理者选择不披露时的预期效用。那么“管理者披露,投资者投资”可以被证明是一个均衡,然而此时还需要政府的管制。还有一个办法是,选择多次重复博弈,并且管理者总是选择披露,那么诚实的信誉将逐渐建立起来,投资者也将开始选择投资。

(2)管理者和竞争者之间的博弈。管理者和竞争者之间的博弈是一种非完全信息动态博弈,双方均会根据对手的反应

来决定自己的披露和行为策略。

管理者和竞争者的策略选择都是披露或不披露,但却没有博弈均衡。大量研究表明,企业核心竞争力主要受以下几个要素的影响:资源、制度、能力、环境等。有人认为企业的核心竞争力具有不可复制的特性,所以不用担心泄密的问题,而且还有一种“强者愈强”的效应。但从另一角度看,如果企业的核心竞争力是以资源或技术为主,不能排除其资源结构或人才结构遭到竞争者破坏的可能(如恶意收购或挖走人才)。企业管理者到底该不该披露核心竞争力信息呢?这个问题的答案取决于企业的盈利能力。有研究表明:一个行业竞争越激烈(以进入者的威胁度衡量),企业核心竞争力信息披露可能就越越好。

(3)管理者和监管者之间的博弈。这两者之间的博弈与前面不同,监管者的主要作用是维护外部信息使用者的利益。管理者的策略选择仍是披露或不披露,监管者的策略选择是处罚或不处罚,最满意的结果当然是“管理者披露,监管者不处罚”。而企业核心竞争力信息是属于自愿性信息披露的范畴,监管者鼓励企业自愿性披露以核心竞争力为主的预测性信息,但也要求其保证披露的质量。国外研究表明,信息披露的监管者在一定的范围内认定企业的欺诈和虚假行为,并给予适当的约束。也就是说,监管者应对企业公布的虚假信息给予处罚,从而维持资本市场的公正与公平。

2. 核心竞争力披露的博弈结论。

(1)上市公司通过自愿披露可靠的核心竞争力信息,并一贯保持以建立自己的声誉,远比通过监管者进行干预重要。因为声誉的缺失很可能会引起投资者丧失信心,或受到市场的惩罚。

(2)投资者由于受投资心理和信息修正机制的特点所限,恢复对上市公司的信任困难重重。上市公司应本着自身效用最大化的原则,主动与投资者沟通和联系,传递公司核心竞争力信息。

(3)上市公司在与竞争者的博弈过程中,信息披露与否并不能完全阻止竞争者的进入,那是因为竞争者进入与否是由公司所处行业的盈利前景所决定的,信息的披露只是延缓时间而已。如前所述,企业的核心竞争力是一项合力,具有不可复制性,并不容易被模仿,所以企业的披露策略应考虑以替代的方式披露易泄露秘密的信息或以特定的方式与主要投资者进行有效沟通,借以传递企业的核心竞争力信息。

主要参考文献

1. 盛明泉,李昊.企业核心竞争力会计测度探讨.会计之友,2006;5
2. 汤湘希.企业核心竞争力会计控制研究.北京:中国财政经济出版社,2006
3. 朱开悉,李小朋.能力资产:计量与披露研究.长沙:中南大学出版社,2006
4. 宋献中.企业核心能力信息披露研究.会计研究,2006;2