

# 完善激励合同 治理会计信息失真

郑伟东 毕金星

(黑龙江科技学院 哈尔滨 150027)

**【摘要】** 本文应用委托代理理论和激励合同模型对企业的会计信息失真问题进行了分析和研究,并针对会计信息失真提出了相应的解决对策,为从源头上解决会计信息失真问题提供参考。

**【关键词】** 会计信息失真 委托代理理论 激励合同

会计信息失真是指会计信息的生成过程不客观、不合法、不相关、不及时、不准确,从而使得会计信息严重脱离实际,足以对信息使用者产生误导的现象。在我国,各行各业均存在会计信息失真现象,严重影响了会计信息质量和信息使用者的决策,进而在宏观上扰乱了国民经济的运行秩序。因此,探讨并解决会计信息失真问题已成为当务之急。

## 一、从激励合同角度看会计信息失真的成因

导致会计信息失真的主体有管理者和会计人员。企业向管理者支付报酬的主要依据是公司业绩,而公司业绩主要反映在会计信息上,管理者为了实现自身利益的最大化,很可能提供虚假的会计信息。一般而言,会计人员的报酬与公司业绩没有直接联系,从而会计人员不会有动机提供虚假会计信息,但是由于管理者授意、会计人员素质不高或对会计业务处理

描述性统计结果显示,在我国目前的审计市场上,相当一部分行业存在一些具有行业专家特质的会计师事务所。这些行业专家既包括国际四大、国内大型会计师事务所,也包括一小部分具有浓厚地域特色的地方性国内会计师事务所。

此外,笔者又以Hogan和Jeter(1999)提出的市场份额决定模型为基础,参考Nealand Riley(2004)的研究设计,在控制了买方集中度(包括行业规模和业务复杂程度)的基础上,对2002~2005年我国A股行业细分审计市场上以审计收费为基础计算出的注册会计师行业市场份额(注册会计师行业专门化程度的替代变量)的影响因素(注册会计师行业投资组合份额、注册会计师与客户同地域分布比率等)进行了回归分析,分析结果如下:①注册会计师的行业市场份额随着买方集中度的提高而增大,这意味着规模越大、业务越复杂的行业越可能存在高市场份额的具有专家特质的会计师事务所。②注册会计师的行业市场份额随着其行业投资份额的增大而增大,这意味着对特定行业更大的专有性投资能为会计师事务所赢得更多的行业市场份额。③我国审计市场上产生行业专家的一个独特原因是注册会计师与产业的同地域分布。换言之,虽然地域限制已成为目前不少国内会计师事务所的发展瓶颈,但产业的地域分布又把一部分地方性的国内

不当等也会导致会计信息失真。对于会计人员自身原因引起的会计信息失真,可以通过深入贯彻落实会计法律法规、提高会计人员素质、完善会计监管体系等来解决。下面运用委托代理理论分析管理者提供虚假会计信息的动机。

由分析可知,在企业经营效益不佳时管理者选择提供虚假会计信息在现有制度安排下是一种必然结果,其原因为:企业的所有者和管理者之间是一种典型的委托代理关系,这种关系具体体现在支付合同(双方订立的契约)上。由于双方的目标函数不同,且存在信息不对称,作为信息优势一方的管理者就很有可能通过隐藏信息来实现自身利益的最大化。在企业正常的生产经营过程中,企业的经营效果往往取决于两个方面,即企业的外部条件和管理者的自身因素。企业的外部条件是可控变量且是公共信息,企业管理者的自身因素包括

会计师事务所“培养”成了可能的行业专家。

上述回归分析结果为我国会计师事务所今后的发展模式提供了参考。中注协、证监会和财政部先后出台了有关规定,鼓励国内会计师事务所做大做强。笔者认为,如果国内会计师事务所(特别是具有较为突出行业优势的可能的行业专家)能够在未来的发展中有意识地按行业进行跨地域的合并重组,不仅能突破地域限制,而且突出的行业优势更可能使合并后的会计师事务所获得更高的经营效率和成本节约的好处,并具备提供品质差异化审计产品的能力。

由于我国的新审计准则已经引入了现代风险导向审计,并且明确提出了对行业专家的要求,因此重视行业审计专长的发挥和行业审计专家的培养应成为我国会计师事务所今后的发展战略之一。

## 主要参考文献

1. Hogan, C.E., Jeter, D.C. Industry specialization by auditors. Auditing: A Journal of Practice and Theory, 1999; 18
2. Neal T.L., Riley R.R. Auditor Industry Specialist Research Design. Auditing: A Journal of Practice and Theory, 2004; 9
3. Zeff, S.A., Fossom, R.L. An Analysis of Large Audit Clients. The Accounting Review, 1976; 4

管理能力和工作努力程度。

对于管理者而言,其获得的报酬在支付合同中是与经营效果紧密相关的。代理人的合同收益函数为 $s(x)$ 。其中: $x=g(a, \theta)$ ;  $x$ 为企业经营效果(假定为利润);  $a$ 为代理人采取的行动(努力程度),且 $a \in \{a_i, i=1, 2, \dots, n\}$ ;  $\theta$ 为外生随机变量,如市场因素、宏观影响因素等。

在正常的支付合同中,企业所有者(委托人)会根据 $x$ 来决定 $s(x)$ 。但是由于道德风险的存在,管理者(代理人)会根据在经营过程中出现的 $\theta$ 来选择 $a$ ,从而使自身的总收益 $u(a, x)$ 达到最大化。

给定管理者的激励合同收益函数 $s(x)$ ,有 $u(a, x)=s(x)-c(a)$ ,  $c(a)$ 为管理者的行动成本,则 $\max u(a, x)=\max[s(x)-c(a)]$ 。而企业所有者的总收益 $v(a, x)=x-s(x)$ 且有 $x>s(x)$ ,企业所有者最终也要实现总收益的最大化,即有 $\max v(a, x)=\max[x-s(x)]$ 。在一般情况下, $x$ 与 $s(x)$ ,  $s(x)$ 与 $v$ 都是同方向变化的,因此多数管理者对于 $x$ 是非常重要的。在这种合同中,所有者和管理者的目标被认为是完全一致的,即要实现经营成果( $x$ )的最大化。但是从管理者的角度来,只要 $x$ 变大, $s(x)$ 一定变大,也就是说,无论实际经营效果好坏,制造虚假会计信息、虚增企业利润都是符合管理者的收益最大化动机的。只要合同的支付结果与 $x$ 直接相关,管理者制造虚假会计信息,进而损害企业和投资者的利益就是可以预见且不可避免的。

## 二、对激励合同变量的分析

根据以上分析可知,以反映经营成果( $x$ )的会计信息来决定合同支付水平 $s(x)$ 是不可靠的。 $\bar{a}$ 是合同成立的假设行动,下面进一步分析支付合同的变量 $a$ 和 $\theta$ 。

1. 关于 $a$ 的分析与说明。在签订合同前,准管理者通过信号传递等方式反映自己管理水平方面的真实信息,所有者只有在了解关于准管理者管理水平的真实信息后,确定其符合条件才会与之签约。但在企业现实的管理中,管理者的管理水平( $M$ )与其某种努力程度( $\bar{a}$ )对应,二者构成一对一的映射,即 $M \rightarrow \bar{a}$ ,进一步有 $\bar{x}=g(\bar{a}, \theta)$ 。

2. 关于 $\theta$ 的分析与说明。 $\theta$ 是外生随机变量,是委托人和代理人都无法控制的合同因素, $\theta$ 与 $a$ 共同决定了 $x$ 的水平。在 $x$ 既定的情况下, $\theta$ 与 $a$ 是此消彼长的反向变动关系。例如,给定某个经营结果,在现有激励机制下,如果增大对 $\theta$ 的评价和影响力,则 $\theta$ 对 $a$ 的评价就会被弱化。所有者和管理者都会通过对 $\theta$ 的评价来确定有利于自身的合同支付水平。

(1)当 $\theta$ 为劣势因素时双方的评价差异。当 $\theta$ 为外部不利因素(如行业发展受到产业政策限制)时,代理人会夸大 $\theta$ 的负面影响,从而用虚假的会计信息证明自己的努力程度( $a$ )达到或超过 $\bar{a}$ ;而所有者则可能淡化 $\theta$ 的负面影响,从而通过会计信息否定管理者付出的超额努力。

(2)当 $\theta$ 为优势因素时双方的评价差异。当 $\theta$ 为外部优势因素时(如市场占有率扩大等),管理者会淡化 $\theta$ 的正面影响从而证明自己已实现合同义务;所有者则可能夸大 $\theta$ 的影响而证明代理人的不努力或不作为。这说明了在现有激励合同条件下,

管理者不仅没有付出超额努力的动机,还存在减少努力的同时制造虚假会计信息的倾向;而所有者既不能通过合同形式激励管理者努力工作,也不能避免管理者可能的“违约”行为给企业带来的损失。此时,给定外部条件 $\theta$ ,就可知 $\bar{x}$ 的具体情况,其中 $\bar{a}$ 的水平被认为不发生变化。但是,在实际的经营管理中,管理者的努力程度 $a$ 往往很难与 $\bar{a}$ 相一致,但管理者可以通过修改反映 $x$ 的会计信息来使 $a$ 和 $\bar{a}$ 相一致。由此可知,合同规定的 $\bar{a}$ 并没有成为管理者的行动标准。

通过以上分析可以看出,只注重经营业绩好坏的支付合同既不能激励代理人更加努力地工作,也不能避免代理人“偷懒”和不作为,最终导致经济社会中普遍产生了会计信息失真。

## 三、建立以管理者努力程度为考核标准的激励合同

针对上述分析,现在试建立一种新的激励合同,以此从根本上改变企业所有者在订立合同后的信息弱势地位,并真正实现合同的激励作用。前面谈到合同支付水平为 $s(x)$ ,现将其更改为 $s(a)$ ,也就是不使用 $x=g(a, \theta)$ 来描述合同支付水平。这样, $\theta$ 作为外部变量是合同双方无法影响的因素,影响合同支付水平的只有 $a$ ,即管理者的努力程度。

在采用新合同后,即使企业经营业绩很好,对于支付合同而言也失去了意义,管理者关注的仅仅是获得的报酬。既然通过会计信息来反映自己的经营业绩从而获得报酬已失去了意义,管理者就会转而关注如何传递反映自己努力程度的信息,而不再具有制造虚假会计信息的动机,这也就从根本上解决了大部分会计信息失真问题。从而,企业如何解决会计信息失真问题就转化成了如何考核管理者努力程度的问题。至于具体如何实现对管理者努力程度的最优考核,则属于人力资源管理问题,这里暂不研究。下面仅简单说明应用激励合同的基本方法。

在合同 $s(a)$ 中, $s$ 与 $a$ 是映射关系,给定某种努力程度 $a_i$ ,就有某个支付水平 $s_i$ , $s_i$ 与 $\theta$ 的大小无关, $\theta$ 仅仅是一个外部特征,通过调查等方式确定 $a$ 并实现 $s(a)$ 。这样,只要在合同订立前能够得知代理人真实的期望努力程度 $\bar{a}$ ,且 $\bar{a}$ 符合合同要求,在合同订立后所有者和管理者的目标就变为:

$$\max u(a, x)=s(x)-c(a) \quad (\text{管理者收益最大化})$$

$$\max v(a, x)=x-s(x)=g(a, \theta)-s(a) \quad (\text{所有者收益最大化})$$

可以看出,此时管理者关注的焦点已由 $x(a, \theta)$ 转为 $a$ ,所有管理者提供的用以反映 $x$ 的会计信息并不能直接反映其努力程度,因而提供虚假会计信息对于管理者就不再具有实际意义。

### 主要参考文献

1. 叶陈刚,罗会强.会计信息失真:综合分析对策思考.财政监管,2007;2
2. 俞琰.试论会计信息失真的文化根源及其对策.金融经济,2007;8
3. 曹湘平.我国传统文化对会计人员的影响——兼谈治理会计信息失真.财会月刊(综合),2007;2
4. 樊珂辰.如何看待会计信息失真问题.财政与发展,2006;5