



论管理会计在解决企业代理问题中的作用

武汉大学经济与管理学院 谢获宝(教授) 安永华明会计师事务所 彭莉

【摘要】 本文在简要阐述委托代理理论之后,重点讨论了管理会计在解决企业代理人逆向选择和道德风险问题中所起的积极作用。

【关键词】 管理会计 委托代理理论 道德风险 逆向选择

从代理理论出发讨论会计问题的文章不少,但研究管理会计在解决企业代理问题中所起作用的成果并不多见,本文试图做一些尝试性研究。

一、委托代理理论

在分权管理的企业中,企业的各层级之间是由一种委托代理关系来维持的。股东大会作为委托人,将财产交董事会代理经营,并委托监事会进行监督。董事会作为中间代理人,又将企业的财产委托给经理层经营。从企业的经理层到企业的基本作业层(企业职工)之间,还存在着若干中间委托代理层。管理会计在企业内部处于中介地位,促进了委托人和代理人之间的有效沟通。

根据米尔利斯的委托代理理论,委托人常常无法观察到代理人的行为(如努力程度的大小、机会主义行为的有无)、能力、风险偏好等。代理人就可能利用信息优势,通过降低努力程度或采用其他机会主义行为来达到自身效用最大化,甚至不惜牺牲委托人的利益,这就是代理问题。代理问题会引起效率的损失以及企业价值的减少,带来代理成本。

代理问题的产生有主观和客观两方面的原因。主观原因是:①委托人和代理人双方目标函数的不一致。比如作为最高层次委托人的股东可能会追求企业利润的最大化,而作为代理人的经理可能会有自己的目标追求,如高额的工资与津贴、豪华的办公设施。②机会主义的存在。机会主义是指人具有的一种自私自利的倾向。由于存在机会主义的倾向,代理人就可能利用其地位做出偷懒等有益于委托人利益的事。客观原因是:①信息不对称,即委托人处于信息劣势,而代理人处于信息优势。如果委托人拥有完全的信息,清楚地了解代理人的真实情况以及努力程度,那么尽管代理人与委托人的目标函数不一致,委托人仍能很好地制约代理人的行为,不会产生代理问题。②不确定性的存在。如果在确定性条件下从事经济活动,那么经济活动的结果只取决于经营者的努力程度。在这种情况下,即使信息是不对称的,委托人无法观察到代理人的行为以及努力程度,也可以通过产出来准确衡量代理人的努力程度,从而决定应支付的报酬,代理问题就不会产生。然而市场经济活动充满不确定性,经济活动的结果不仅取决于经营者的努力程度,还受其他变量的影响。这些变量可统称为“自然状态”,对于经营者而言是不可控的。在这种情况下,委托人

就无法根据产出来准确衡量代理人的努力程度。在不确定性条件下,由于代理人比委托人拥有更多的信息,代理人就可能根据自身效用最大化来选择行动,比如降低努力程度、增加闲暇时间等,从而损害委托人的利益。

代理问题主要分为两种:逆向选择问题和道德风险问题。逆向选择问题就是指在签订合同之前,委托人缺乏代理人的有关信息,而代理人拥有私有信息(如自身技术水平),这些信息对企业来说是有价值的,但是代理人往往隐瞒这些信息来增加自身效用,从而损害了企业的利益。道德风险问题就是指在签订合同之后,由于委托人无法观测到代理人的行动,代理人可能偷懒或把业绩不好归因于环境的影响。道德风险问题最终会导致企业利益的损失。

二、管理会计在解决企业代理问题中的作用

代理问题解决的最终途径是使代理人的目标服从于委托人的目标,即双方的目标相互融合。与传统观念不同,代理理论承认和尊重代理人的利益,认为委托人的目标要通过代理人实现,因此只有在满足了代理人利益的基础上,才能够实现委托人的利益。要实现委托人和代理人目标的融合,则需要对代理人进行监控和激励。在这一过程中,信息发挥了关键性的作用。也就是说,在解决由于信息不对称产生的代理问题时,管理会计可以发挥重要作用。

(一)管理会计在解决逆向选择问题中的作用

代理人拥有的私有信息包括其技术水平、专业特长、风险偏好以及能接受的最低效用水平等,这些信息只有在代理关系形成一段时间后才可能被委托人获得。在形成代理关系后,代理人由于比较接近生产过程或者顾客,自然就比委托人拥有更多关于企业操作方面的信息。同样地,当代理人被任命到新的项目时,他就拥有比委托人更多的有关此项目的信息。代理人可能利用这些信息优势采取对自己有利但是会损害企业利益的行动,这就是代理关系中的逆向选择问题。

管理会计至少可以通过以下两个方面解决或缓解逆向选择问题:

1.参与式预算——畅通的信息渠道。造成逆向选择问题的一个关键原因就是信息不对称。不对称信息的“私有”特征使得企业通过正常的信息渠道或监控方式获取这些信息的成本非常高。企业即使通过强制措施控制这些不对称信息,

也并不一定经济,甚至可能加剧信息的不对称。相反,让员工参与控制措施的规划、制定和设计,将有利于控制措施的执行。

管理会计中的参与式预算恰好体现了这种思想。预算是为了完成特定目标而对所拥有的有限资源进行合理安排,对各项经济活动进行有效控制的一种管理活动。在企业实施分权管理的情况下,一般采用的是全员参与式预算,这种预算模式大大激发了下级执行预算的自觉性。由于自身参加了预算的编制,下级会认为预算指标不是上级强加的任务,因此会积极地执行预算。更重要的是,让代理人参与预算的编制,可以使委托人有机会了解各部门的真实情况,掌握各部门的一些私有信息。这就在企业中开辟了一条信息渠道,缓解了信息不对称的现象,从而有助于解决逆向选择问题,降低决策前的不确定性。

2.可供选择的报酬合约——信息甄别的一种方式。解决逆向选择中的信息不对称问题有两种方法:①虽然参加交易的当事人一方比另一方拥有更多的信息,但是拥有信息的一方为了自身的利益,将信息通过某种信号传递给另一方,这就是信号传递模型。②虽然交易的一方并不了解另一方拥有的部分信息,但不拥有信息的当事人通过提供多个合同让拥有信息的一方做出选择,从对方的选择行为中甄别出有用的信息,这就是信息甄别模型。

在管理会计中,管理者可以运用信息甄别的方式提供给员工一系列以预算为基础的报酬合约。企业允许员工根据自己的技能水平选择报酬合约。将业绩和报酬挂钩对技术水平高的员工更有吸引力,而技术水平低的员工往往会选择固定薪金的合约。所以在一定程度上说,合约的选择可以揭示员工的技术水平。

又如委托某经理去完成销售任务,由经理自己提供销售预测,根据预测以及最后的业绩来支付报酬,并给他两种合约选择:如果是高销售预测,经理可获得较高的一次性固定支付,再加上对销售出的每件商品的低提成;如果是低销售预测,经理就获得较低的一次性固定支付,再加上对销售出的每件商品的高提成。这种合约选择机制就可以促使经理给出真实的市场预测信息,因为在这种情形下,如果应该是高销售预测但经理说谎即预测低,那么他就会失去获得较高的一次性支付的机会,降低了自己的效用。

(二)管理会计在解决道德风险问题中的作用

解决道德风险问题的办法是设计出一套激励机制,促使代理人选择委托人所希望的行动。

1.平衡计分卡——多任务条件下激励的协调。代理人在大多数情况下都需要为委托人承担多项任务,这意味着他们必须将自己的精力在这些不同的任务中进行分配。若完成某一任务获得的边际报酬高于完成其他任务获得的边际报酬,那么代理人会将所有的精力都用于完成该任务,以使投入的成本能带来最大的边际报酬。但对企业而言,需要完成好各项任务,才能使企业的效用最大。因此,为了使代理人将精力恰当地投入到各项任务中,就需要制定出合理的报酬方案,使代理人从不同的任务中获得相同的边际报酬。

平衡计分卡产生于20世纪90年代,它是衡量企业战略

业绩的综合指标体系。这一指标体系体现了财务与非财务因素的平衡、短期目标与长期目标的平衡、内部与外部影响因素的平衡、过程与结果的平衡、管理业绩与经营业绩的平衡。平衡计分卡能较好地解决员工被赋予多项任务时,对多项任务进行业绩评价的均衡问题。

2.相对业绩评价体系——多代理人条件下激励的协调。委托人可能有几个代理人,影响这些代理人业绩的因素有两个:一是他们的努力程度,二是自然状态。如果在决定他们的报酬时仅仅考虑他们的绝对业绩,就有可能做出错误的评价。比如某个代理人工作已经很努力了,但是由于市场不景气等自然状态方面的原因,导致了较差的业绩;而有些代理人工作并不努力,却碰上了好的自然状态,反而获得了较好的业绩,这样的报酬制度很容易在不同的代理人之间产生不公平。

针对这种情况,可以采用锦标制度,将不同代理人的业绩联系起来,以相对业绩作为依据来支付代理人的报酬。因为在代理人的业绩随着自然状态变化很大的前提下,采用独立式的报酬合同,代理人的报酬很大程度上依附于自然状态的变化,增加了他们的风险,这就需要委托人给代理人提供风险溢价,增加代理成本。然而如果采用了相对业绩评价机制,尽管每个代理人的绝对业绩随着自然状态的变化而变化,但是相对业绩可以过滤掉这些共同的系统风险的影响,更加客观地反映各个代理人的相对努力程度。可见,这种业绩评价机制降低了代理人承担的风险,并通过降低风险溢价降低了代理成本。

3.责任会计中的转移定价——部分与总体目标间的协调。所谓转移定价,指的是企业内部部门之间提供产品和劳务时,用以评价各个部门业绩以及为相关决策提供支持的内部转移价格。合理制定转移价格对于恰当评价部门业绩影响很大,对于协调部门利益而言也很重要。如果责任中心的利益不能统一于企业的利益,那么权责划分得越清楚、激励强度越大,责任中心的行为偏离企业的目标就越远,对企业的危害就越大。

在中间产品存在完全竞争的市场条件下,以市场价格为基础的定价方法能实现责任中心利润最大化和企业整体利润最大化的目标。但现实中不存在完全竞争的市场,因此就需要针对不同的情况设计不同的转移定价。

从代理理论上,转移价格既是相关责任中心之间交易契约的要素,也是这些责任中心与企业达成的报酬契约的要素。因此,转移价格不只是一种会计工具,还是一种行为工具。转移价格机制与激励机制有着密切的关系,它能够与激励机制相配合,发挥对代理人行为的引导作用,从而促进责任中心目标与企业整体目标的融合,较好地解决道德风险问题。

主要参考文献

① Geoffrey B. Sprinkle. Perspectives on Experimental Research in Managerial Accounting. Accounting, Organizations and Society. 2003

② 阎达五,支晓强.会计学视野中的经济学.会计研究,2002;1

③ 葛家澍,杜兴强.会计理论.上海:复旦大学出版社,2005