

浅谈财务报告的印象管理

厦门大学管理学院 周泽将

【摘要】 本文从应用心理学的印象管理角度出发,对我国上市公司财务报告中存在的印象管理行为进行探讨,并提出综合治理策略。

【关键词】 财务报告 印象管理 治理策略

最近几年,以美国安然公司为首的财务造假丑闻不断冲击着世界各国的资本市场,产生了一系列“多米诺骨牌”式的反应。同样,在资本市场刚刚起步的我国,财务造假现象更是数不胜数,其主要原因在于我国资本市场形成时间不长,尚待规范之处很多。一直以来我国学者大多对盈余管理的研究较为重视,而忽视了对于财务报告另一重要组成部分——文字表述的研究,本文从心理学的印象管理角度,试图对此进行以下探析。

一、印象管理的概念

所谓印象管理,是指人们通过某种手段影响别人对其的印象。反映在财务报告上就是公司通过对财务报告文字描述的控制影响人们对公司财务状况、经营成果等看法的过程。通常情况下,已审会计信息作为公司产出的替代变量是衡量监督与激励是否相容、剩余索取权与剩余控制权是否匹配的关键,并在一定程度上影响着公司的治理效率。而作为财务报告的重要组成部分的文字说明(即语言信息),大多处于审计范围之外,这就在很大程度上降低了语言信息的质量,为管理当局的造假提供了可乘之机。上市公司可以通过对财务报告语言部分的粉饰来改变广大利益相关者对公司的态度,从而进一步影响他们的行为。

二、印象管理对会计信息质量特征的影响

会计信息作为缓解信息不对称的重要手段,其向资本市场不断传递着公司方面的情况,成为公司进行投资决策的重要依据之一,同样也为其他利益相关者所关注。美国财务会计准则委员会在第2号财务会计概念公告中将相关性与可靠性作为会计信息的两个重要特征相提并论,英国会计准则委员会在2000年通过的《财务会计原则公告》中则更强调会计信息的相关性。我国著名会计学家葛家澍教授(1999)在进行了一系列分析以后也提出了“可靠性是会计信息的灵魂”这一观点。且不论相关性与可靠性何者更为重要,我们知道两者都是会计信息质量的重要特征。相关性一般由反馈价值、预测价值和及时性所组成,而可靠性则由如实反映客观情况、可验证性和不偏不倚所组成。自利性归因主要影响会计信息的可靠性,而操纵可读性则主要影响会计信息的相关性。通常自利性归因主要指将正面业绩归功于自己的主观努力,而将负面业绩归于客观的、个人无法控制的因素影响。操纵可

读性主要指管理当局通过对语言信息表达方式的控制而使读者难以理解会计信息,从而可能使读者无法辨别会计信息相关与否。

众所周知,财务报告愈来愈长,即所谓的“会计信息过载”。根据常理,财务报告提供的会计信息越多,利益相关者会对公司有更多的了解,而事实并非如此。往往公司仅提供一些无关紧要的信息而没有提供至关重要的信息,或者重要信息被湮没在厚厚的财务报告之中。以上这些不可避免地都对会计信息的可理解性产生了负面影响,使投资者无法正确识别和利用相关信息,有可能使他们难以做出正确抉择,从而扰乱了资本市场的正常秩序,不利于资本市场的健康发展。

三、财务报告的印象管理动因

在会计信息披露中,按照政府是否对会计信息进行管制,可以将它们划分为自愿性披露和强制性披露。根据透信理论我们知道,上市公司在强制性披露之外,还存在自愿性披露的动机。从整个资本市场的角度观察,拥有良好业绩的公司有披露会计信息的强烈欲望(吴联生,2001)。在整个资本市场上,会计信息是衡量公司经营绩效的重要方面。由于在强制性披露的情况下无法让投资者辨别公司的业绩优良与否,质量较好的公司为了让自身价值得到良好体现,必须在法定披露(强制性披露)之外增加额外信息披露,让利益相关者辨别出公司的优劣,从而体现出自身的优良业绩。而当公司业绩较差时,管理当局会通过采取自利性归因乃至操纵可读性进行印象管理,对自身应承担的责任予以开脱。而各国对于自愿性披露大多持赞成态度。美国证券交易委员会甚至列出20个自愿披露的项目,这些都为公司会计信息的自愿性披露提供了机会,那么就有可能为管理当局所用,对财务报告进行粉饰。

由于公司所面临的外部压力逐渐增大且受到的社会关注越来越多,披露社会责任和环境信息的公司也逐年增加。社会责任报告和环境报告对于传递一个经营业绩良好公司的信息越来越重要,直到现在甚至出现了绿色报告。那些负有社会责任的公司即使有时经营业绩比一般公司差也较为容易得到社会的认可。随着披露社会责任和环境信息的公司越来越多,社会责任和环境信息将来可能成为法定披露事项,因而公司只有更好地通过控制语言信息来进行印象管

理。现在我国进行这些信息披露的公司尚为数不多,在产生较好的影响的同时,也难免给人以印象管理之嫌疑。

除了在语言信息上面下工夫以外,公司还可通过传递其他综合信息来反映公司的状况,构建自身的良好形象。这些综合信息主要包括内容形式、封面、图片、字体、颜色等,所有这些都是为管理当局利益服务的。利益相关者在接触到财务报告之前,通常对财务报告存在一个大体的看法,即“自选性”行为。管理当局为了实现自身利益,会尽量迎合投资者的看法,从而使投资者对公司产生良好的印象,这也是印象管理的行为之一。

自由心理学引入印象管理的概念以后,其无论是在日常行为还是在期末财务报告中,都无处不在。而在相应的规范方面,在世界各国尤其是我国,存在较大的缺陷,关于这方面的研究也相当少,不过其正日益受到重视。

四、应对策略

财务报告中的印象管理行为越普遍,其对资本市场的危害越严重,它不仅模糊了广大利益相关者的视野,更扰乱了正常的市场秩序,不利于维护股东的所有者地位,使得财务报告起不到减少信息不对称的作用,这大大背离了发布财务报告的初衷。所以,我们应从以下几个方面进行改进:

1. 建立健全语言信息控制的相关法律法规,加强对披露信息的管制。目前,对于我国资本市场上的语言信息方面的要求几乎没有,且作为“经济警察”的注册会计师对语言信息不负专门的审计责任,这就使得管理当局采用语言信息误导投资者的行为更加猖狂。我国应借鉴发达国家的经验,结合我国资本市场的实际情况,尽快制定相关法规,对公司财务报告语言披露进行规范,并要求注册会计师加强对语言信息的审计,并切实对其承担法律责任,同时要求公司承担故意造假行为的责任。吴联生(2001)通过问卷调查发现广大的利益相关者关注的是未来的会计信息而非历史信息,而我国在语言信息披露方面多侧重于历史信息,这一点也应得到根本性转变。历史信息有时对预测未来毫无用处,甚至会迷惑信息使用者。这些改变都需要法律的健全和改进,同时加大信息管制的力度。完全依靠市场调节,不可能形成高质量的会计信息,上市公司的印象管理行为严重与否,直接与法律法规的严密与否相关。

2. 提高财务报告的可理解性水平。财务报告是传递公司信息的重要手段,要使它确实发挥其应有的作用,就是要被广大的利益相关者所理解。目前,我国财务报告的可理解性普遍较差。阎达五等(2002)通过对我国B股市场的实证研究发现,我国上市公司的财务报告介于难读和非常难读之间。陈少华(1998)也提出,财务报告上面存在的一个主要困难,就是当其传递关于公司发展及业绩信息时,其复杂的语言和结构可能超出大多非会计专业人员使用者的理解能力。这就意味着我国公司所公布的财务报告的可理解性存在较大问题,如果一份财务报告为广大的利益相关者所难以理解,其便毫无意义了。我们应在以下几方面努力:首先应该注意根据事项影响投资者决策的程度,决定事项披露的详细与否,对影响投资者重大决策判断的事项需要重点披露,而对于那些无关紧要的事项要尽量少予以披露,以不影响大多数

投资者的理解为宜。如果面面俱到,报告冗长,反而不利于投资者的理解。其次提高会计信息语言表述的质量,减少会计术语的使用。语言表述往往由于晦涩或句子较长而难以理解,这是管理当局常用的操纵可读性的手段。投资者大多是非会计专业人员,对会计术语的了解不多,况且有时由于句子较长或意思表述不清,而更难以理解财务报告的内容。所以,在财务报告中应尽量将意思表述得简洁明了,但有时会计术语的应用不可避免,往往对会计术语的解释难度又显得很大,目前这还是一个难以解决的问题。因为财务报告主要传递会计信息,会计术语的应用在所难免。所以,建议在财务报告的语言信息部分应尽量减少会计术语的应用,使得财务报告的可理解性增强。

3. 提供可理解性更高的经注册会计师审计的简化财务报告。由于利益相关者对公司年报披露内容的要求越来越多,使得财务报告越来越长,这大大降低了财务报告的可理解性,不仅没有达到预想的目标,反而成为管理当局操纵可读性的重要手段。简化的财务报告并没有改变其要反映的会计信息本质,且有助于利益相关者对会计信息的理解,帮助其做出正确抉择。不过简化的财务报告要经过注册会计师的审计,以确保其跟原报告表达的意思相一致,真正保护利益相关者的知情权。简化的财务报告尽管在内容上面有所损失,但不容否认的是其可理解性会显著增强。同时,在权衡成本效益的基础上,可以让公司提供多层次简化的财务报告,即根据不同投资者的需要提供不同层次的财务报告,如短期债权人会更多关注现金流量,长期债权人和投资者则会更多关注长期的经营业绩,据此在提供基本财务报告的基础上,依据不同需求提供各部分详略不一的财务报告,满足不同利益相关群体的要求。

4. 以各种方法帮助利益相关者理解会计信息,并对特殊情况进行解释,引起财务报告使用者的注意。在现代科技的支撑下,计算机技术正日益普及,网上财务报告的开展为财务报告编制者与使用者提供了一个很好的交流途径,这为增加财务报告的可理解性提供了现实的环境。另外,在编制财务报告时,编制人员可采用图示法、形象法等多种更具有可理解性的方式予以说明。对于不具有会计专业背景的财务报告使用者来说,这无疑在很大程度上提高了财务报告的可理解性。当在财务报告中进行归因分析时,应确保客观公正,同时提请广大利益相关者的注意。必要时,可要求注册会计师对此负审计责任,以保证归因无误。由于归因可以在一定程度上决定委托代理关系的延续与否,所以要尤其注意。

总之,随着监管机关和社会对盈余管理的日益重视,管理当局通过盈余管理进行粉饰的空间越来越小,印象管理势必成为粉饰财务报告的一个重要手段,我们应该对其高度重视。

主要参考文献

- ①孙蔓莉.公司年报中的印象管理行为研究.北京:中国人民大学出版社,2005
- ②葛家澍等.中级财务会计.沈阳:辽宁人民出版社,2000
- ③吴联生.上市公司会计报告研究.大连:东北财经大学出版社,2001