会计信息商品化及对会计期望差的治理

重庆工学院　王海兵

【摘要】会计信息具有商品的一般属性,会计信息商品化是市场经济发展的必然趋势。当前会计造假成风,会计信息失真的现象比较严重,会计信息商品化对于提高会计信息质量、缩小会计期望差具有积极的作用。

【关键词】会计信息　商品化　会计期望差

会计信息已成为一种独特的经济资源要素，是经济主体对其所拥有或控制的其他资源要素的流向和流量进行科学管理和运用的基本决策依据。依据市场可优化配置资源的原理，可考虑建立会计信息资源的配置平台——会计信息市场。那么,在市场经济大背景下,会计信息能否商品化？商品化后对缩小会计期望差有无作用？本文拟对此进行探讨。

一、会计信息商品化

1.会计信息的商品属性。会计信息作为一种商业语言是人们通过会计实践所获得的反映会计主体价值运动状况的经济信息,是会计人员通过会计系统生产的“产品”,具有使用价值和价值。按照马克思的观点,任何物品满足以下三个条件就可以成为商品:①是劳动产品;②满足人们的某种需要;③是用于交换。而会计信息正好满足以上条件:①会计信息是企业会计规则的执行者依据一定的会计标准所生产的一种劳动产品。②会计信息的生产是为了满足会计主体利益相关者的决策或其他信息需求,利益相关者之所以对会计信息有需求,根本原因在于会计信息能满足利益相关者对企业价值及价值变动进行了解的需要。③企业生产会计信息的最终目的并非仅仅是为了自身消费的需要,更重要的是用于对外交换,其成本费用从实体交易中得到补偿。所以,会计信息具有商品的一般属性,具备商品化的基本前提。

2.构建会计信息商品化的平台——会计信息市场。会计信息商品属性是会计信息商品化的理论依据和首要前提。鉴于会计信息是企业特殊的附加产品,其使用价值的发挥依附于实体交易,预期收益具有隐含性和不确定性,而且会计信息还要满足国家宏观经济管理以及企事业单位微观经济决策的需要,所以,会计信息交易应采取不同于一般商品交易的形式进行。

笔者初步设想,可建立全国统一的会计信息中心(以下简称“中心”),“中心”按照政府主管部门制定的规范设立,所有企业的基本会计信息,特别是年度会计报表资料必须递交给“中心”予以统一管理并在这里进行交易。“中心”定期采集各登记注册的企业所提交的基础性会计信息,这类信息可称之为标准会计信息产品,它们是根据会计准则生产的,内容和格式必须执行统一的规定，保证会计信息的可比性和一贯性,方便用户对会计信息进行比较、分析和利用。“中心”收到供应主体的会计资料后,委托资质好的中介机构对其内容进行审计。与一般质检产品所不同的是,会计信息即便严重失实,但只要附有恰当的审计意见,两者依然可以捆绑上市。为支持企业发展电子商务和基于Internet的应用系统,会计信息可以通过Web方式收集和发布。“中心”对所有的会计信息按企业类型进行编号、分类、整理和汇总,并输入会计信息数据库,使之模块化、格式化,便于用户分析查找。

考虑到普遍关注的主要是对上市公司会计信息的需求,所以,这个“中心”可由专业背景很强的证监会实施监管,重点对会计信息的质量、价格、供求和行为四个方面进行监管。会计信息数据库使用权限的出售价格应考虑签约使用时间长短、时间段、使用人数并参照政府主管部门制定的价格政策予以合理确定。当然,购买会计信息的用户一般都是大中型企业、专业投资机构、金融机构、政府机构、科研院所等,对于不能购买会计信息数据库的社会公众,可给予基本的使用权限,比如免费开放未经审计的各单位基本会计信息。经审计的会计信息、财务指标及其分析信息、其他资料信息等阅读权限的开通则范围，只能是经注册的单位或个人用户,并按照相应标准收取费用。

二、会计期望差

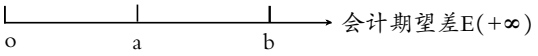
会计期望差是人们对会计所期望发挥的作用与会计本身实际所能发挥的作用的差距,即会计供给不能满足会计需求的部分。狭义地讲,会计期望差就是会计信息期望差。会计期望差体现了会计供给的滞后性，是引发会计矛盾的根源。会计期望差的存在有力地推动了会计改革,使会计系统与时俱进,不断满足现实经济发展对会计提出的新要求。迄今为止,会计活动仍然是一种提供特殊公共服务的活动,其提供的最终“产品”是会计信息。投资者、债权人、企业管理人员等会计信息使用者对会计信息质量做出不同的评价,如果会计不能履行满足各利益相关者的期望的职责,会计就失去了存在的意义,现代会计的产生和发展无一不是以各利益相关者的期望及其变动为轴心的。

会计期望差可划分为合理会计期望差和不合理会计期望差两部分,前者是指客观上存在的会计人员不能消除或不能完全消除的会计误差或会计差错,源于会计的有效供给不足;后者一般是指由于人为因素引起的可以完全消除的故意

性的错报、漏报,属于虚假会计信息,源于信息不对称。合理会计期望差仅限于特定领域或较小范围内,既不能任意转移和扩大,也不能完全消除。会计信息使用者通常根据企业所面临的环境并结合其他因素,对合理会计期望差进行评估,进而修正其原有决策。目前,对合理会计期望差进行治理的研究热点是会计系统及与之相适应的会计体制,无论是主张改革还是主张改良,都是旨在缩小日益加剧的会计期望差。但另一种来自道德、法律层次的不合理会计期望差形成一股改革的反向力量,即源于会计造假及由此引致的会计信息失真。企业管理当局和会计人员在生产和披露虚假会计信息过程中,利用信息不对称欺诈外部信息使用者,导致不合理会计期望差呈继续扩大趋势,如不治理将后患无穷。

三、会计期望差的治理

1.治理会计期望差是会计信息披露模式改革的根本动因。会计信息的现实供需矛盾日益加深和会计期望差日趋扩大,是会计改革的根本动因。目前,我国会计信息的生产和披露在政府的完全管制下进行,政府代表社会公众与企业整体签订契约,对企业的会计行为进行统一的、单方面的强制性约束。这种"一刀切"的刚性制度安排表面上看降低了市场交易费用,但同时也削弱了企业自愿性会计信息披露的动机,引发管理当局的道德风险和逆向选择,即管理当局对特定的会计信息不披露、少披露、推迟披露或虚假披露的行为。以上行为导致实际交易成本上升,且引发会计诚信危机、经济秩序紊乱等严重的社会经济问题。



会计期望差数轴图

E_O:会计信息效用U>0,会计信息利润p>0,会计期望差E_O=0,会计信息供求处于理想均衡点;E_a:会计信息效用U>0,会计信息利润p=0,会计期望差E_a>0,会计信息供求处于盈亏保本点;E_b:会计信息效用U=0,会计信息利润p<0,会计期望差E_b>0,会计信息供求处于效用平衡点。

会计期望差数轴标明了三个临界点o、a、b,对应的会计期望值E_o、E_a和E_b分别代表会计期望差为零、会计信息利润为零、会计信息效用为零三种情况。会计期望差为零是理想状态,是理论上存在而实务中永远不可企及的"渐近点";会计信息利润为零时,会计信息生产活动变得不再需要;当会计信息效用为零时,会计信息利润为负数,会计信息生产活动应取消;当E>E_b时,会计信息不仅无益反而有害,必须坚决加以整治。当前会计期望差正沿着数轴向右移动,会计期望差平均水平介于o、a点之间。近年来,世界范围内爆发的会计丑闻有增无减,究其原因是会计造假所导致的不合理会计期望差的增加和无限扩大化,即会计期望差向右跃过a点,甚至远远超出b点之外。因此,创新会计信息披露模式、缩小会计期望差、提高会计信息质量便成了会计界面临的一项紧迫任务。

2.会计信息商品化可以缩小会计期望差。

(1)会计信息商品化可以缩小甚至消除不合理会计期望差。①企业在为不同的会计信息使用者提供会计信息时,最容易发生有针对性的会计造假行为,以获得投资或信贷等方面的好处,在会计信息披露环节中导入"中心"这个控制点,对于预防会计造假、降低不合理会计期望差具有重要的作用。②会计信息入库前的审计验收采取招标形式进行,"中心"将从众多投标会计师事务所中选取若干家中标者,对所有企业会计信息产品的质量进行鉴定并出具审计意见。审计人员由"中心"聘用,审计费用从"中心"会计信息交易收益中开支,以增强审计的人员独立性和经济独立性,有利于保障审计工作质量,同时规模审计也会带来审计费用的大幅降低。③由"中心"统一集中管理会计信息,具有专业性、规模效益性、口径统一性及权威性等优点。"中心"与会计信息使用者、企业及审计机构分别签订契约,形成会计信息交易的核心纽带,这样不仅可节约谈判时间和契约数量,而且能保证各交易环节的顺利进行。健全、高效的交易和管理机制,将使得会计、审计舞弊行为被发现及发现后被处罚的概率大为增加。"中心"为每个企业、审计机构专门设立电子诚信档案,对违规行为及处理结果予以公示,这些都为会计信息质量筑起了一道坚固的"防火墙"。

(2)会计信息商品化可以降低合理的会计期望差。会计信息一经采取商品化、市场化方式进行交易,就等于向会计系统中注入新的外生变量,它将导致会计系统内部要素的变动和结构的调整。这可以从以下三个方面来看:①会计信息数据库的有偿使用,可有效杜绝会计信息使用上的"搭便车"现象,从而缩小由于会计系统和会计体制固有的缺陷所带来的合理会计期望差。这种在会计信息提供过程中产生的外部性必然引发企业的非理性行为,即减少成本付出,降低会计信息质量。"中心"向用户收取会计信息使用费并将其中的一部分转移支付给企业,可以提高企业提供会计信息的热情和为保证会计信息质量而付出的努力程度。②会计信息使用者消费基本会计信息是免费的,但经审计的会计信息因"中心"为之付出审计费用,故需加密出售,只有经注册的单位用户或个人用户才能享有阅读权利,这符合"谁受益、谁负担"的原则。会计信息商品化并不影响公众对会计信息的基本需求,反而促使它提供多层次的、多样化的信息服务,使得会计信息有效供给不足的状况有所改善,以使会计期望差进一步降低。③会计信息商品化还可以促使"中心"紧密关注会计准则的质量,因为"中心"无论是作为微观经济主体还是作为宏观管理者,其对会计准则、会计信息质量的关注具有相同的利益取向,或者说,其身份的双重性所代表的关于会计信息质量的效用函数是同方向的。这有利于"中心"努力降低会计期望差,提高会计信息质量,使得供应方借以扩大市场份额,需求方借以提升经济决策效力,因而合理会计期望差的缩小可同时增加"中心"的利润和国家的收益。

主要参考文献

①夏冬林.充分披露、完全信息与国有企业监督.会计研究,2002;12

②董俊茹.刍议会计信息商品化.内蒙古科技与经济,2004;8

③蒋尧明,王庆芳.论会计信息的商品属性.财经研究,2002;3

④马晓芳.会计市场研究.大连:东北财经大学出版社,2000