

会计与幸福：幸福会计初论

谢志华(博士生导师)

(北京工商大学国有资产管理协同创新中心, 北京 100048)

【摘要】 上个世纪,人类经济生活无论宏观还是微观都追求价值最大化。本世纪初,整个人类社会提出了幸福最大化的目标。会计作为一项经济管理活动,必然也要由单纯的价值最大化管理目标向幸福最大化目标转变。会计如何实现这一转变?本文初步探讨了幸福的内涵,并探索了在会计领域达成幸福目标的一些实践案例。

【关键词】 行为会计; 幸福指数; 正面感受; 幸福案例

(一)

关于行为会计的研究已经历了较长时间,一般认为行为会计是会计学和社会科学相互交叉的边缘学科,主要研究人类行为对会计信息乃至会计系统的影响,以及会计信息对人类行为和决策的影响。简而言之,行为会计就是研究人类行为对会计的影响以及会计对人类行为的影响,显然行为会计只是研究人类行为与会计之间的相互影响和作用。在研究会计对人类行为的影响时,行为会计的作用是通过会计的反映和控制体系,实现经济资源和社会财富的有效配置,合理界定各利益主体的责权以及避免腐败行为和内幕交易等,这是会计的反映和控制职能对人类行为的必然结果。在这里会计的反映和控制职能是作为既定前提的,以此为前提再研究其对人类行为的作用,具有被动性。

幸福会计属于行为会计中研究会计对人类行为影响的范畴,但与以前的行为会计的研究存在两个根本的差异:一是幸福会计是以行为目的研究作为前提的,即为了实现会计相关关系人的幸福应该如何改进会计的反映和控制职能,具有主动性,表现为为了达到设定的目标,会计如何改进自身。二是幸福会计以会计对自然人个体的幸福程度的影响为研究内容,幸福是自然人个体的一种情绪表达,因此幸福会计必然是研究会计如何影响和改变自然人个体的幸福程度。当然,当无数个自然人的幸福都会受到影响和改变时就会产生群体效应,尽管如此,会计的这种群体幸福效应仍然是通过每一个个体予以体现和表达的。这与传统的行为会计所研究的会计对人类行为的影响主要着重于社会经济影响和群体影响存在明显的差异。

向二十一世纪迈进以后,人们的生活目标有了很大的改变。上个世纪无论宏观和微观上,人们的生活都以价值作为目标,宏观上要实现GDP最大化,也就是国民总收

入最大化,微观上要实现企业价值最大化和个人收入最大化。不丹国王提出了国民幸福指数最大化的宏观目标,学者们也开始研究人们的生活目标到底是价值最大化还是幸福最大化,以及如何实现幸福最大化。将幸福最大化运用到经济学和管理学中,就产生了幸福经济学和幸福管理学,而应用于会计中就产生了幸福会计。这里最为关键的问题是价值最大化与幸福最大化是否存在差异?如果两者不存在差异或者两者的变化趋势是一致的,也就意味着价值最大化就是幸福最大化,这样就没有必要另辟蹊径对幸福最大化进行单独研究。研究表明,价值最大化并不意味着幸福就一定最大化:当人们的收入水平较低时,增加收入会使人们的幸福指数上升得较快;当人们的收入水平达到某一临界值时,增加收入不仅不能提高人们的幸福指数,反而会降低幸福指数。欧洲人的收入水平低于美国人,但欧洲人的幸福指数却高于美国人;不丹是全世界最为贫穷的国家之一,但不丹的国民幸福指数却排在许多发达国家之前。正是由于收入水平高并不意味着幸福指数高,就产生了研究人们生活目标幸福最大化的必要。

当然,当前研究的一个重要路径是在原有的价值最大化目标下,同时也能够实现人们的幸福最大化。而不是将价值最大化目标的研究弃之一隅,另起炉灶独立地研究如何实现人们生活的幸福最大化。事实上,离开了最基本的收入水平,幸福无从说起,而仅仅只是为价值而价值,幸福就必然会被价值而绑架,痛苦也由此而生。人们生活的根本目标是追求幸福,这是不言而喻的事情。但是在商品经济时代,人们生活的现实表明一切都离不开金钱,这就极易在表象上造成人们生活的起点离不开金钱,生活的目标也就外化为追求金钱,这正是人们生活目标的价值最大化的现实基础。实际上,价值最大化是实现幸福最大化目标的手段,而不是目标本身。当手段被滥用或

者无极限使用时,不仅不能带来幸福最大化,而且会带来相反的效应。

(二)

那么,什么是幸福?在心理学上,所谓幸福是指人们欲望的满足程度,欲望的满足程度越高,人们的幸福程度也就越高,反之亦然。这种解释多少有点颓废和被动感,也就是说人们的欲望越大,实现欲望的可能性就越小,人们的幸福程度反而越低,这似乎意味着人们若是没有欲望,幸福也就随之而来。那么,要想提高幸福程度是否就是要减少人们的欲望?如果没有了欲望,幸福又从何谈起?其实幸福更一般的定义是指人们一种正面的感受,它至少包含了两个方面的含义:一是幸福是一种主观感受,并不受制于与幸福有关的事件的好坏状态;二是即便是一个负面的事件,如果人们能够从中得到正面的感受,其也是能够带来幸福的。如果人们从失败中得到了成功之母,幸福也就油然而生;如果人们在痛苦中得以超然和升华,幸福也就相伴而来。既然幸福可以从如此宽泛的角度去理解,那么在会计的反映和控制活动中,最为重要的就是如何使与会计的反映和控制相关的人们能够得到一种正面的感受。事实上,由于会计的反映和控制活动常常使会计处于监督的地位,而被监督者在监督中其幸福感就很容易下降。这种下降至少意味着会计与幸福是有着密切关系的,但幸福会计的目的不是使人们在会计反映和控制活动中产生负面的感受,而是要强化其正面的感受。对于哪些会计反映和控制活动可以提升人们的幸福程度,这里举例进行说明。

实例之一是工资发放的次数。传统上工资都是按月发放的,或月初或月末,也就是在一月之内只发放一次,称之为一次性发放。但在欧美发达国家,现在的工资发放由月工资转化为旬工资,直至周工资,称之为分次发放。这种变化一方面是基于欧美国家人们的消费观念的需要,即活在当下,今朝有酒今朝醉,当周发放工资,当周就进行消费;另一方面也与提高人们的幸福程度密切相关。

人们的幸福程度是用幸福指数进行衡量,那么幸福指数的高低与工资的一次性发放和分次发放存在什么样的关系?幸福指数的高低以三个方面进行衡量,即幸福的高度、幸福的密度和幸福的长度。这三个方面是怎样产生的?这三个方面的产生与我们日常所说的三句话密切相关:之一是我高兴得要死了,这称之为幸福的高度;之二是我无时无刻不处在幸福之中,这称之为幸福的密度;之三是我幸福了好长时间了,这称之为幸福的长度。工资一次性发放主要带来的是幸福的高度,而工资分次发放相比较而言所带来的是幸福的密度和长度。心理学研究结果表明,幸福的东西往往只会在人们的心中停留较短的时间,而痛苦的东西往往会在人们心中停留较长的时间,所以提高幸福指数的关键是要留住幸福。工资的分次发

放一方面带来了幸福的长度,另一方面也带来了幸福的密度,从而使得人们能够在一个较长的时间里每时每刻都处在幸福之中。事实上,欧美发达国家的企业采取周工资制,不仅提高了人们的幸福指数,而且也是公司理财的必然选择。如果采取月末或者月初一次性发放工资,就会在发放工资的时点上需要大量的现金流出,但在这一时点上不一定有相应规模的现金流入,即会导致现金入不敷出,为此公司就必然要举债从而导致资金成本上升。如果将工资在月内分次发放就比较容易出现现金流入和流出在不同时点上的数量匹配,从而既减少举债、降低资金成本,又可以减少资金冗余、降低机会成本。不难看出,工资分次发放既实现了企业价值最大化的目标,又提高了人们的幸福指数,可谓一箭双雕。也就是在会计的反映和控制活动中伴随实现价值最大化的目标,再融入幸福的考虑,幸福会计也就自然形成。

实例之二是招待费用的控制。许多企业对招待费用的控制采取了按行政级别审批报销的方式,招待费用越多,批准的行政级别就越高,反之亦然。这种按行政级别审批报销招待费用的方式既不符合经营管理的实际需要,也不能提高人们的幸福指数。在经营活动过程中,招待费用到底发生多少合适取决于被招待对象的实际需要和要完成的经营活动的重要性程度,而不是取决于行政权力的大小(即行政权力大就可以多批报招待费用,权力小就只可以少批报招待费用)。以销售活动的招待费用为例,为了取得销售订单,招待客户几乎是一个必不可少的事项。许多企业规定招待费用必须按照行政级别进行审批,由此导致的问题有:之一是当销售人员请求批准招待费用的支出时,由于受到行政审批监督,销售人员的幸福指数必然下降,当两者意见不一致时更是如此;之二是招待费用的数额越大,审批的行政级别越高,行政级别越高越是远离所招待的客户的基本状态。其实,最了解客户所好的是第一线的销售人员,他们为了取得销售订单必然会按照最优法则对客户进行招待,这正是企业组织扁平化、把权力下放到最基层的原因所在。当招待费用数额较大时,行政审批的级别越高,他们又远离招待客户的现实状态,在审批中主观臆断的可能性大大增加。可能的结果是审批不通过而导致销售人员无法取得订单,或者费用数额被减免导致招待不到位,赔了夫人又折兵。更进一步是当年终考核时,销售人员没有完成预期目标,必然与行政当局互相推诿责任,或者考核不了了之,使得责任目标形同虚设;或者进行强制性考核导致销售人员受罚,形成心理委屈或者怨恨,其幸福指数必然下降。所以,招待费用按行政级别审批报销是一种降低人们幸福指数的方式。那么招待费用采取何种控制方式既能提高招待费用的使用效率又能提升人们的幸福指数,就成为会计控制所不能不考虑的问题。

基于提高幸福指数的视角而改进的招待费用控制方式是“黑箱管理”，也叫投入产出总量控制，企业的行政当局并不对每一笔招待费用进行逐项审批，而是根据与招待费用相对应的产出（如销售招待费用所对应的项目就是销售额），确定招待费用提取的控制总额，只要在控制总额内，发生招待费用的当事人就有权决定招待费用的开支数额及其实施方式。这样控制的结果必然带来人们幸福指数的提高：首先，发生招待费用的当事人自行进行招待费用支出决策而无需被审批监督，幸福指数自然上升；其次，发生招待费用的当事人能够按照客户的实际状况进行招待费用决策，使得招待费用当事人能够相机行事，从而实现招待费用当事人与客户的融洽合作，也提高了双方的幸福指数；再次，在年终考核时，由于招待费用的支出决策是由销售人员自行决策，当招待费用超支时，就不会发生上下级相互推诿责任的情况，当然也会提高双方的幸福指数。更为重要的是，如果通过激励机制确定发生招待费用的当事人节约了招待费用，可以提取一定的比例作为报酬，那么当事人一定会想方设法基于自身利益的考虑节约招待费用，达到既能使客户满足当事人的要求，又能节约招待费用的双重目的。而对于会计控制而言，既能确保招待费用的有效控制，又不必对发生招待费用的当事人进行监督而形成对立。这都能使双方的幸福指数得以提升。

实例之三是预算管理。长期以来，很多企业总是把预算管理作为责任控制的手段加以使用，包括确定预算责任指标、分解落实预算责任指标、控制预算责任指标的执行过程和执行差异、考核预算责任指标的完成情况并据以奖罚，通常把这种预算管理称之为责任导向的预算管理。对于预算责任主体而言，责任导向的预算管理是一种外在强制，必然很难带来幸福指数的提升。心理学研究表明，人的行为通常都具有趋利性，也就是人们之所以行为或者不行为都与自身的利益存在关联性。当预算管理强化责任控制并成为一种外在强制时，预算责任主体的行为就不再是基于自身的利益，当责任的履行只是一种强制而不是一种对自身利益的追求时，预算责任主体的幸福感就必然下降。从历史来看，预算管理之所以被采用是利益导向的，其目的就是改变传统管理的责任导向。预算管理是在公司制企业产生以后而产生并采用的，自然人企业相对于公司制企业的特征是，自己的钱自己经营，经营收益都归自身所有，其激励效应最大，经营的损失也由自身承担，其约束效应也最大，自然人企业是一种激励和约束效应最大的企业形式。但由于自然人无法实现规模效应和能力效应，就必然向公司制企业转换。公司制企业通过向社会募集资金，可以实现规模效应，通过两权分离、委托经营者经营，从而实现能力效应。公司制企业大规模的经营所带来的必然是群体劳动，在大规模群体劳

动的条件下，人们之间很容易产生偷懒和“搭便车”的现象，这就导致多劳者未必多得，不劳者未必不得，由于这种分配的失衡现象，必然导致人们的幸福指数下降。

人们之所以履行责任就是为了取得利益，人们之所以愿意履行更多更大的责任就是为了取得更多的利益。当人们的行为是基于自身利益时，人们的行为就具有了内在自愿性，人们就会发自内心地愿意做得更多、做得更好，幸福感就会自然形成。预算管理就是要实现公司在大规模的群体劳动条件下还要使每个责任人（员工）感觉到是在为自己而干，这样就能把自然企业的优势与公司制企业的优势完美地结合起来。这主要是通过岗位预算、岗位核算、岗位考核予以实现，当每个责任人完成预算责任指标是为了获取自身利益时，至少在两个方面实现了幸福指数的提升：一是在公司内部不同责任人之间的权责利边界被明确划分，多劳者必多得，少劳者必少得，利益分配的公平性使人们的整体幸福指数大大上升；二是每一个责任人之所以乐意完成预算责任指标，是因为完成这些指标都会得到相应的利益，由于这种利益的获得满足了人们趋利性的属性，使每一个人的幸福指数也大大上升。

综上所述，所谓幸福会计，就是要站在相关关系人的角度，制定会计政策和制度，使人们能够获得各种的正面感受。

主要参考文献

- 徐国君.从物本会计到人本会计[J].会计之友,2004(10).
- 路云峰.行为会计、会计行为与行为经济学[J].商场现代化,2009(7).
- 吴春贤,苏鹏飞.我国行为会计研究现状综述[J].财会通讯,2008(1).
- 韩永斌.行为会计研究范式的兴起与演进[J].财会通讯,2005(7).
- 赵燕.关于会计的社会责任研究[J].现代商业,2010(11).
- 蒋砚章,罗志恒.利益与伦理制衡下的会计行为研究[J].甘肃社会科学,2012(4).
- 曾慧慧.利益伦理视角下的会计行为规范研究[D].长沙:湖南大学,2009.
- 【基金项目】** 国家社科基金重点项目“国有资本授权关系及实现模式研究”(项目编号:14AJY005);国家社科基金重大项目“国家治理视角下国有资本经营预算制度研究”(项目编号:14ZDA027);北京市教委创新团队项目“投资者保护的会计实现机制及其效果研究”(项目编号:IDHT20140503);科技成果转化和产业化——北京市国有企业预算管理体系完善对策及实施(项目编号:PXM2013_014213_000099);北京工商大学国有资产管理协同创新中心项目(项目编号:GZ20130801);财政部会计名家培养工程支持项目