

牌忠诚,为本品牌提供了稳定的不易转移的消费者,从而保证了本品牌基本的市场占有率,它是形成一个品牌家族的先决条件。我国许多企业误把品牌认知当作品牌忠诚,认为既然自己的主导产品的品牌被消费者所认知,自己生产同样品牌的其他产品,也会被消费者所接受,多元化经营可以充分利用品牌这一无形资产。于是,盲目地进行品牌延伸,将其原有注册商标

扩展使之用于相近产品或完全不同的产品上。当然,恰当的品牌延伸,可以加快产品的成长速度、节省营销成本、提高企业收益率。但对品牌认知和品牌忠诚这两个不同概念的错误认识,将使企业落入品牌延伸的陷阱,从而面临巨大的经营风险。■

(作者单位:天津财经大学)

责任编辑 张智广

于审计交易的权力与资源越多,也就更容易操纵会计信息。

在单位制度基础上,因存在着严重的单位利益最大化,进而产生实现个人利益最大化的倾向,同时各单位根据其在整个社会资源分配和权力结构的层次不同,拥有程度不等的资源和权力。如果一个单位拥有较多的资源与权力,既可以对财务会计制度的监管者施加影响,又能与会计师事务所达成某种交易,自然就降低了严格执行财务会计制度的信念,在单位利益与有关财务制度规定相冲突时,更可能选择有利于单位的会计处理。如果一个单位拥有较少的可用于交易的资源和权力,在单位利益与财务会计制度的有关规定相冲突时,则会更加慎重地选择会计处理方式。

二、对策与建议

如何弱化单位在经济和社会发展中的作用,给予财务会计以正确的指导思想,从而加大会计信息透明度,笔者在此提几点建议:

1、采取措施规范行政、事业和企业单位收入分配制度。单位成员利益最大化倾向与收入分配不规范、单位间相互攀比直接相关。通过规范收入分配,可以有效抑制单位成员收入最大化倾向,也为单位的会计违规消除了一个主要的动力源。

2、通过进一步深化改革,增强流动性,从根本上瓦解单位制度,使单位成为适应现代市场经济要求的高效组织。

3、在行政、事业单位和垄断性国有企业的组织特征没有实质性改变,对其会计信息质量的影响没有得到有效控制以前,进一步采取措施加强有关监管部门的权威性。

4、进一步加强党风廉政建设,增加权力和资源使用的透明度。■

(作者单位:浙江金融职业学院)

责任编辑 刘黎静

浅谈单位制度与会计信息质量

章七根

单位制度是指以单位组织为基础的社会体制,是一种在社会分层基础上的权力与资源再分配制度。改革开放以来,我国单位的状况出现了较大的改变与分化,单位对经济和社会发展的作用受到了削弱,但由于行政性单位、事业单位和垄断性企业单位的性质仍未有实质性的变化,单位对制度的运行仍具有相当重要的影响。单位作为会计信息生产者,其具有的特点对会计信息质量产生了比较重要的影响。

一、单位制度对会计信息质量的影响

单位制度对会计信息质量产生的影响,具体表现在以下三个方面:一是在会计工作中会出现一些不正确的指导思想。在单位制度下,单位拥有国家赋予的特定权力与资源,这使单位对会计违规是否可能受到惩处有一个相对的权力评价。如果认为有关监管部门拿自己单位没办法,无疑会使会计

工作受不正确思想所指导。二是在会计信息违规处理环节上,单位会用其掌握的资源与权力对有关监管部门和单位施加影响,诱使或迫使有关部门对其减轻处罚或免于处罚。三是在会计信息的审计过程中,如果单位能自主地选择会计师事务所,就会利用本单位拥有的资源与权力与会计师事务所进行交易,如果会计师事务所未能在审计上给予单位相应的照顾,或对给予的照顾不满意,单位就会选择更换会计师事务所。而且,会计师事务所作为会计信息生产的中介,同样受到单位制度的影响:大量会计师事务所本身脱胎于单位制度,与原有单位存在着千丝万缕的联系;会计师事务所争取业务时,激烈的市场竞争迫使其会以口头或暗示等形式做出给予审计照顾的承诺,以换取其所需要的资源。实际上在会计师事务所日益向综合化发展的今天,需要争夺的早已不再限于会计审计业务,因而单位可用