

2008 会计人员 继续教育专题讲座

本书编委会 编



Kuaiji Renyuan
Jixu Jiaoyu
Zhuanti Jiangzuo



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

2008

会计人员继续教育

专题讲座

本书编委会 编

Kuaiji Renyuan Jixu Jiaoyu
Zhuanti Jiangzuo



立信会计出版社
LIXIN KUIJI CHUBANSHE

图书在版编目(CIP)数据

2008 会计人员继续教育专题讲座/《2008 会计人员继续教育专题讲座》编委会编. —上海:立信会计出版社, 2008. 8

ISBN 978-7-5429-2116-1

I. 2… II. 2… III. 会计学—终生教育—自学参考资料
IV. F230

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 136717 号

责任编辑 李 信

封面设计 周崇文

2008 会计人员继续教育专题讲座

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路 2230 号 邮政编码 200235

电 话 (021)64411389 传 真 (021)64411325

网 址 www.lixinaph.com E-mail lxaph@sh163.net

网上书店 www.lixinbook.com Tel: (021)64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 湖南望城湘江印务有限公司

开 本 890 毫米×1240 毫米 1/32

印 张 18.625

字 数 529 千字

版 次 2008 年 8 月第 1 版

印 次 2008 年 8 月第 1 次

印 数 1—220 000

书 号 ISBN 978-7-5429-2116-1/F·1857

定 价 35.00 元

如有印订差错 请与本社联系调换

序

“是故学然后知不足。教然后知困，然后能自强也。”(《礼记·学记》)说明了人的学习和对人的教育之重要。学习，伴随着人的一生，会计人员更莫于例外。教育，必然于社会管理活动之中，对会计人员的继续教育和培训，已成为会计主管部门不可推卸的责任。

社会经济的发展，衍生了会计；社会经济的良性运行和健康发展，不可缺少会计。现代社会经济和科学技术的迅猛发展，需要可靠、规范、有效的会计作保证，这对会计人员的业务素质和道德操守的要求也就更高，从而，加强对会计人员继续教育和培训，就十分现实地摆在我们面前。

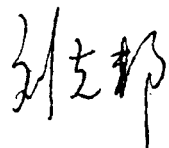
随着我国经济体制改革的深入进行，对外开放的步伐进一步加大，经济全球化的浪潮势不可挡。我国加快了建立完善公共财政，推动会计改革，与国际趋同的步伐；颁布实施了企业会计准则体系，制定出台了企业内部控制规范，陆续发布了新的《企业所得税法》、《企业财务通则》，提出了会计职业道德要求，这是国家在财政、会计领域与时俱进，贯彻落实科学发展观的决策部署和工作举措，也是时代发展进步对财政、会计工作的新要求。广大会计人员必须认清形势，积极行动，全面、系统、认真地学习、掌握、遵守、执行好这些新法律、新法规、新制度和新要求。

社会在进步，时代在发展，管理更趋科学与先进。人们的知识在不断地丰富、更新和提高，在社会经济管理活动中起重要作用的会计人员更应提高自身的专业、道德素养。广大会计人员

除了在实践中探索、研究和学习外,还需要由主管会计工作的财政部门经常地、不断地组织开展业务知识、操作技能和职业道德的教育和培训,通过切实、有效地继续教育,使会计人员增长知识、更新观念、扩展视野、拓宽思路、不断提高业务水平和操作技能,树立起良好的职业风范和道德操守,为单位所用,为社会所用。

根据《中华人民共和国会计法》关于“对会计人员的教育和培训工作应当加强”的要求,财政部《会计人员继续教育规定》和国家最新发布的一系列法律、法规、规章制度,结合湖南省的实际情况,《会计人员继续教育专题讲座》编委会组织编写了《2008 会计人员继续教育专题讲座》,将理论知识、制度规定和实际案例紧密结合,全面、系统地阐述了企业会计准则的重点、难点问题以及公共财政方面的知识,对新的《企业所得税法》、《企业财务通则》作了详尽的讲解,并对政府会计进行了介绍和讨论,使广大会计人员在学习、理解新会计知识,熟悉、掌握新业务操作技术,正确处理、解决新法律规定的执行中所遇到的新情况、新问题,受益匪浅,胜任本职工作,争创一流工作水平。

我热切期望:全省广大会计人员,努力学习,刻苦钻研,锲而不舍,苦练内功,勇于探索,开拓进取,为了会计事业,为了湖南经济的腾飞崛起,为了实现富民强省的宏大目标,作出应有的贡献。我也衷心祝愿:每一位忠职守责的会计人员,你今天的俯首伏案,手不释卷,就是明天的枝繁叶茂,硕果累累,你一定能够乘风破浪、踏歌前行,抵达阳光灿烂、鲜花盛开的彼岸!



2008.8.8.

目 录

第一章 公共财政概论	1
第一节 公共财政概念及特征	1
第二节 公共财政的理论基础	3
第三节 财政与经济的关系	11
第四节 财政职能	18
第五节 财政收入	26
第六节 财政支出	36
第七节 财政政策与货币政策	46
第八节 财政管理体制	58
第二章 政府会计改革专题讲解	70
第一节 我国政府会计规范体系的构成	70
第二节 我国公共财政管理体制变革历程回顾	74
第三节 国际政府会计改革借鉴	93
第四节 我国政府会计改革的选择与取向	107
第五节 对权责发生制在我国政府会计中应用的探讨	118
第三章 《企业所得税法》讲解	129
第一节 企业所得税概述	129
第二节 应纳税所得额	136
第三节 资产的税务处理	155
第四节 税收优惠	167
第五节 应纳税额	187
第六节 源泉扣缴	191
第七节 特别纳税调整	194
第八节 征收管理	215

第四章 《企业财务通则》讲解	218
第一节 总则与附则	220
第二节 企业财务管理体制	241
第三节 资金筹集	266
第四节 资产营运	295
第五节 成本控制	346
第六节 收益分配	380
第七节 重组清算	408
第八节 信息管理	433
第九节 财务监督	459
第五章 企业会计准则相关内容的专家意见与实务解释	475
第一节 与《企业会计准则第2号——长期股权投资》相关的 内容	475
第二节 与《企业会计准则第3号——投资性房地产》相关的 内容	485
第三节 与《企业会计准则第4号——固定资产》相关的内容	487
第四节 与《企业会计准则第5号——生物资产》相关的内容	492
第五节 与《企业会计准则第9号——职工薪酬》相关的内容	493
第六节 与《企业会计准则第12号——债务重组》相关的内容	497
第七节 与《企业会计准则第18号——所得税》相关的内容	499
第八节 与《企业会计准则第20号——企业合并》相关的内容	508
第九节 与《企业会计准则第21号——租赁》相关的内容	512
第十节 与《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》 相关的内容	523

第十一节	与《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》相关的 内容.....	537
第十二节	与《企业会计准则第 38 号——首次执行企业会计 准则》相关的内容	542
第十三节	非上市银行业金融机构执行《企业会计准则》有关衔 接规定.....	543
第十四节	与证券投资基金相关的内容.....	548
第六章	新型农村合作医疗基金会计制度讲解.....	556
第一节	我国新型农村合作医疗简介.....	556
第二节	新农合基金的会计核算.....	558
第三节	新农合基金财务报表.....	576
第四节	新旧衔接.....	585
参考文献		586

第一章 公共财政概论

第一节 公共财政概念及特征

一、概念

公共财政始于 17 世纪末的英国,并随着市场经济的发展而逐步构建和不断完善。在我国,公共财政的概念是在经济体制转轨的背景下为建立适应社会主义市场经济体制要求的财政运行模式而提出来的。我国传统的“国家分配论”将财政的概念定义为:财政是国家或政府为了满足社会公共需要,以国家或政府为主体对一部分社会产品的分配活动。

市场经济条件下的财政,指的是公共财政。因为在市场经济条件下,私人需要和公共需要之间的独立性得到明确,和计划经济体制相比,政府的职能发生了变化。一方面,市场经济本质上要求市场在资源配置中占据基础的、主导的地位,而政府的职能是弥补市场失灵。作为政府经济行为的财政,主要致力于提供公共物品和准公共物品以满足社会公共需要,虽然此时也需采用税收、转移支付、公共支出等方式来调节个人收入的分配。在调节收入分配过程中也涉及提供私人物品和劳务的问题,但相对于计划经济下的财政而言,其规模和范围已大大缩小,财政活动的主要内容局限在提供公共物品和劳务。另一方面,随着市场经济制度的确立,国家制度也不断完善,其标志就是民主政治程序的确立和法律体系的完善。这种民主政治程序的确立和法律体系的完善意味着国家的公共权力受到约束,反映在政府和财政活动方面,就是对政府财政收支的监督约束制度的产生及不断完善,具体表现为税收制度法制化和预算及其审批制度的法律化。这种制度的建立和完善,同时也意味着对公共利益的决策和保护。从表面上看是政府主导,实

际上是社会大众主导,这就为社会成员的公共利益提供了更好的保障,为财政的“公共性”加入了制度的特征。对于这种在市场经济条件下的特定的财政类型或财政模式,人们通常称之为“公共财政”。

二、公共财政的特征

公共财政作为与市场经济相适应的一种财政模式,其核心是“公共性”,并据此去规范政府与财政的活动,以适应市场经济的要求,这就决定了公共财政具有以下几个基本特征。

1. 公共的财政

在市场经济条件下,公共需要与私人需要之间的独立性决定了政府与市场的分工。市场在资源配置中占主导地位,私人部门(个人和企业)活动于市场有效的范围。凡是市场有效的范围,政府不应介入,而市场失灵或无效之处,才是政府应当进入的领域。所谓市场失灵或无效领域就是公共需要的领域,这一领域由于具有共同消费的特质,难以通过市场来提供服务,必须借助政府的公共权力来进行弥补,弥补的方式或者是政府直接从事某一领域的活动,或者是通过财政的手段来间接地引导和调整。在现实生活中,市场失灵的范围是极为广泛的,而政府也不是万能的,也存在失灵或无效的可能性。同时,政府的干预是需要耗费成本的。因此,在市场失灵的“损失”和政府干预的成本之间存在着“机会成本”的选择。所以,政府介入的只能是市场失灵而又需要弥补的领域。这一原则成为公共财政活动的基本准则,也是公共财政“公共性”的集中体现。

2. 公平的财政

这里所说的“公平”,是指财政活动要奉行“一视同仁”的原则,包括对一个国家范围内所有的国民提供一视同仁的服务及一视同仁地对待所有市场经济活动的主体。原因有两个方面:第一,作为利益共同体中的不同利益主体对公共需要的要求应是平等的,所以,作为满足公共需要的政府财政活动应该保证一个国家范围内的所有国民都享受到大致相同的公共服务;第二,市场经济强调经济运行的效率,等价交换、平等竞争是保证市场经济效率性的前提和条件。如果政府对市场经济活动的主体实行区别对待,不能一视同仁,就意味着政府直接介入了市场

正常活动的领域,破坏了市场的公平竞争环境。要求财政活动“一视同仁”,就意味着财政要服务于所有的国民,或者说政府通过财政所提供的服务要适用于所有的市场经济主体,这样的服务才能称得上“公共”服务。

3. 非营利性的财政

营利性是私人参与市场活动的直接动力。作为弥补市场失灵的财政,追求的是公共利益的最大化,其只能以社会利益作为其活动的目标,而不能直接进入市场去逐利。现实的市场经济活动是错综复杂的,准确界定市场有效和失灵的范围,从而界定政府活动的范围,在现实生活中存在困难。因此,营利性就提供了一个具体的标准,可以用来界定私人部门与政府在经济活动中各自的范围与程度。但是需要指出的是,这不等于个人或企业不能参与非营利性的公益活动,也不意味着政府的活动就一定不考虑经济利益和经济收益。所谓“非营利性”只是就政府的活动目标而言,不以营利与否作为政府活动的出发点和衡量标准。由于政府活动要耗费一定的经济资源,所以,政府的活动也要讲求效率,在某些领域的活动也要求遵循投入与产出、成本与收益对等的基本准则。从这个意义上说,财政的“公共性”体现的是财政活动的非营利性。

4. 法制化的财政

市场经济是法制经济,国家的公共性在市场经济条件下表现为通过一定的民主政治秩序和法律体系对国家的公共权力进行约束。因此,政府的活动和行为也要置于法律的根本约束和规范之下。财政作为政府的经济行为,其活动也必须受到法律的约束和规范。财政的法制化,意味着要通过相应的法律程序和法律法规来决定、约束和规范财政的收支活动,如通过税收法律来约束、规范政府取得财政收入的方式、过程和数量规模,通过国家立法机关对政府预算的报告和审批程序来确定、控制财政的支出规模和支出用途,等等。在这里,财政的“公共性”是指通过社会公众、国家立法机关和相应的法律程序对财政收支的约束和监督。

第二节 公共财政的理论基础

公共财政的理论基础是公共产品和市场失灵。

一、公共产品

1. 公共产品的特征

在市场经济中,人们消费的对象并不仅限于私人产品,在私人产品之外,还存在另一类型的产品,即公共产品。所谓公共产品是指具有社会共同需要性质的产品和服务,与私人产品具有排他性和竞争性的特征相对应,公共产品的消费具有非排他性和非竞争性。

(1) 非排他性。非排他性是指在产品消费中,很难将其他消费者排斥在该产品的消费利益之外。公共产品具有非排他性,即无法排除他人从公共产品获得利益。公共产品的非排他性主要是由两个方面的原因决定的:一是公共产品大多是在技术上不易排斥众多受益者的产品,即意味着所有的消费者都可以不费任何代价、不受任何限制地获得该产品的消费权,如国防、防洪堤坝等;二是某些公共产品虽然在技术上可以排他,但排他的成本十分昂贵,以致在经济上不可行。

(2) 非竞争性。非竞争性是指消费者消费某产品时并不影响其他消费者从该产品中获得利益。每一个消费者均可以从该产品中获得利益,在自己获得利益的同时,并不妨碍他人从中获得利益,消费者之间不存在利益上的冲突。也就是说,消费者的增加不引起生产成本的增加,即增加一个消费者引起的社会边际成本为零。或者说,一定量的公共产品按零边际成本为消费者提供利益或服务。公共产品的非竞争性主要由两个方面的原因所决定:一是公共产品一般都具有不可分割性,因而在其产生拥挤之前,每增加一个消费者的边际成本等于零。当一种公共产品还未达到充分消费之前,每增加一个消费者不必相应增加生产的可变成本。二是当一种公共产品产生消费竞争时,就必须采取某种限制消费人数的措施,如收费,那么这种产品也就不是纯粹的公共产品了。例如,当草原上有很多的人放牧时,就会在消费上发生竞争关系,该草原就不再是一种纯公共产品,而是变成了一种需要限制使用的公共资源。

我们在理解公共产品的特征时,需要注意以下两点:第一,一种产品的非排他性不是绝对的。随着科学的进步、技术的变革,在过去不可排他的产品,在今天或在未来某个时期可能是排他的。第二,不同的个

人,消费等量的公共产品并不一定获得等量的受益。不同的消费者虽然消费同种公共产品,但由于各人的偏好不同,对公共产品的评价可能会有所不同。

2. 公共产品的分类

根据公共产品的定义,典型意义上的公共产品具有非排他性与非竞争性,而现实生活中还有诸多产品介于典型意义上的公共产品与私人产品之间,这些产品可以称之为准公共产品或混合产品。

识别公共产品与私人产品、纯公共产品与准公共产品的标准可以用图 1-1 来说明。

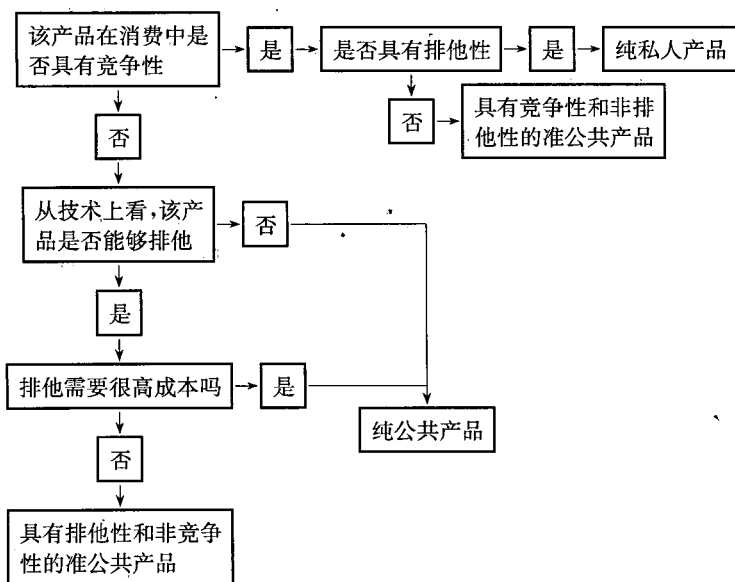


图 1-1 纯私人产品、纯公共产品与准公共产品的识别标准

从图 1-1 中可以看出,识别公共产品的第一个步骤是看产品消费中是否存在竞争性,有竞争性那就肯定不属于纯公共产品的范畴,反之则需要进一步识别。对公共产品的进一步识别则要看该产品在消费中是否能够排他,如不能排他,或虽可排他但排他成本很高,则有可能成为纯公共产品。若在第一个步骤识别中判定为具有竞争性,在进一步

识别中判定为具有排他性,则为纯私人产品。

根据以上两步识别,我们大致可以区分出以下四种不同类型的产品:

一是同时具有排他性与竞争性的纯私人产品。

二是同时具有非排他性与非竞争性的纯公共产品。

三是具有非排他性和竞争性的准公共产品,如森林、渔场、草原等公共资源。这类准公共产品的共同特点是具有较强的非排他性,同时,在消费上具有一定的竞争性。当然,其消费竞争性又弱于私人产品。

四是具有排他性和非竞争性的准公共产品,如收费的公园、博物馆、图书馆、学校、不拥挤的收费道路等。这类准公共产品的共同特点是具有消费上的非竞争性,同时具有一定的消费排他性,即以较低的排他成本不让某些消费者消费这种产品,从技术上来说是完全可行的。这类产品都有一个饱和界限,在产品还未达到饱和状态时,产品的消费具有非竞争性,增加一个消费者并不会减少其他消费者从该产品中获得的利益,不会因此而增加产品的成本。但是,当产品趋于饱和状态时,再增加消费者就会影响其他消费者对该产品的消费,因而,这类产品的非竞争性局限在一定范围之内,若超出该范围,其非竞争性特征随即消失。

3. 公共产品的提供

一般来说,由于市场运行机制和政府运行机制不同,就决定了私人产品主要由市场来提供、公共产品主要由政府来提供。

市场是通过买卖提供产品和服务的。在市场上,谁有钱就可以购买商品或享用服务,钱多多买,钱少少买,无钱就不能买。总之,市场买卖要求利益边界清晰。

由于公共产品具有非排他性和非竞争性的特征,它的需要或消费是公共的或集合的,如果由市场提供,每个消费者都不会自愿掏钱去购买,而是等着他人去购买,自己顺便享用它所带来的利益。这在经济学上被称之为“免费搭车”现象。从一定意义上说,由于“免费搭车”现象的存在,便需要政府来提供公共产品。

政府主要是通过征税来实现提供公共产品职能的。但是,征税是

可以精确计量的,如按率征收或定额征收,而公共产品的享用一般是不可以分割、无法量化的,因而每个人的纳税额与他对公共产品的享用量是不对称的。不能说多纳税就可以多享用,少纳税就少享用,不纳税就不能享用。也就是说,相对于市场买卖中利益边界的清晰而言,纳税人履行的纳税义务与其对公共产品的享用之间不存在直接等价交换的对应性。

由以上分析可以得到结论:市场只适合于提供私人产品和服务,对提供公共产品是失灵的,而提供公共产品恰恰是政府活动的领域,是政府的首要职责。

由于公共产品可以分为纯公共产品和准公共产品,所以公共产品的提供方式也是有区别的。纯公共产品一般同时具备非排他性和非竞争性,其主要提供者应为政府;而对于介于纯私人产品和纯公共产品之间的准公共产品,因为非竞争性和非排他性的不完全而导致了采用市场提供的方式也会存在一定的效率损失。因此,准公共产品也应该成为财政支出的一个组成部分。当然,与纯公共产品不同,准公共产品由于具有排他性或具有较大的内部效益,对于部分准公共产品,可考虑采用市场提供与政府提供相结合的方式(即部分公共提供的方式)。其中,政府提供的份额应该建立在成本—效益分析的基础之上,从而既能较好地避免市场提供的可能造成的消费不足的效率损失,又能有效地防止公共提供的可能造成的消费过度而带来的效率损失。

二、市场失灵

1. 市场机制实现经济效率的环境

经济理论已经证明市场机制能实现交换的最优、生产的最优和生产与交换的最优。但是最优条件的实现,需要一个特定的环境。这种特定环境需具备以下基本条件:

(1) 完全竞争的市场。在没有政府的经济中,如果市场要高效率地运行,那么所有市场都必须是完全竞争的市场。在此条件下,每一市场都有很多卖者和买者,不能由哪一方控制被交换的商品和服务的价格。所有买卖双方都是价格的接受者,而不是价格的决定者。在这种市场中,价格由供求关系这种非人为因素决定。如果某一个人或少数

人控制了需求或供给,这个市场就变为垄断市场,垄断必导致资源配置低效和社会福利损失。

(2) 所有行业的成本递增。竞争的存在意味着经济中每一个行业的成本是递增的。成本递增意味着随着生产的扩大,在某一产出水平上,单位成本开始上升。如果成本不是递增的,某种商品的第一个生产者就会发现,随着其生产规模的扩大,成本将持续下降。结果,在第一个企业之后,没有哪一个企业的生产效率比得上第一个企业。在这种情况下,这种商品的生产者只能有一家,这意味着缺乏完全竞争,即成本递减或不变的情况下形成自然垄断。这种垄断之所以被称为“自然的”,是因为垄断者无需凭借自身力量去打败竞争对手,它的行业特点就使其成本不断下降。

(3) 商品和服务的内在化。要使市场机制发挥理想作用,商品和服务的内在化是其必要条件。对生产者而言,内在化是指生产者生产某一种商品和提供某种服务的成本都由生产者本人承担,不给其他人带来损失或好处;对消费者而言,内在化是指消费者通过购买取得商品和服务所产生的好处由消费者本人享用。

不具有内在化的商品和服务具有外溢效应。当存在外溢效应时,它们的利益或成本会外溢到第三方。此时,需求曲线不包含全部支付意愿,供给曲线不包含全部成本,市场价格信号将是错误的,错误的价格信号必然导致错误的资源配置,造成低效和浪费。

(4) 不存在公共产品。从最简单的定义来看,公共产品是指具有非竞争性和非排他性的物品和服务。公共产品的效益全部外溢,只要某个人能够得到这种物品和劳务,就意味着每个人都能等量地得到。典型的例子是国防和灯塔。如果某种物品和服务是公共产品,市场机制便不会提供这种物品和服务。

(5) 充分的信息。如果市场体系是有效运行的,买卖双方必须对物品的所有用途及其特征有全面的了解。生产者清楚地知道消费者在何时何地需要何种数量的某种商品和服务,消费者也清楚地知道生产者在何时何地以何种价格出售某种数量的商品和服务。有这种信息,生产和销售才会实现,资源配置才能达到最优;没有这种信息,生产和

销售就不会实现,资源配置就不能达到最优。

(6) 完全的流动性。如果资源是完全流动的,它们会对价格作出反应,消费者和生产者的决策将随着可观察的市场信号的变化而改变,唯有如此,价格的变化才会导致资源配置的最优。

2. 市场失灵概念及原因

(1) 市场失灵的概念。市场实现经济效率需要一个特定的环境。在现实生活中,上述环境条件不全部存在,这就产生市场失灵。所谓市场失灵,是指依靠市场机制的运转无法达到社会福利的最佳状态。它有两层含义:一是在某种场合,市场机制不能最为有效地配置社会经济资源;二是市场对于目的不在于营利而在于谋求社会目标的事务无能为力。

(2) 市场失灵的原因。市场失灵有以下多种原因。

一是外部效应的存在。在现实经济中,经常会发生这样的现象,即某人或某家企业的活动给他人或其他企业造成了不利或有利的影晌,但他并没有因此提供补偿或取得报酬,这种现象就是外部性。前者一般称为外部不经济或外部负效应,后者一般称为外部经济或外部正效应。

外部效应的存在影响到资源的有效配置。当存在外部正效应时,由于产生外部正效应的一方并没有得到相应的经济补偿,个人或企业在进行决策时就主要根据私人边际收益和私人边际成本进行,不会考虑同时外溢到其他各方的边际收益。既然人们不能得到某一活动的全部收益,其结果是这一活动的水平不能达到最佳水平,资源配置不能达到最优。当存在外部负效应时,个人或企业从事某一活动时并不会考虑对其他人带来的成本,在根据私人边际成本等于私人边际收益这一法则进行决策时,必将导致过度从事这一活动,从而导致资源配置不能达到最佳水平。资源配置达不到最优,就是市场失灵。

二是市场不能提供公共产品。因为公共产品的非竞争性₁和非排他性特点,市场无法防止分文不付的人得到这种产品,不能解决“免费搭车”问题,故市场便不能提供这种产品。但公共产品却是社会经济发展所需要的,而市场又无法提供,这就产生了市场失灵。