增值表

——对外财务报告体系新成员

邢海玲

企业作为一种社会存在,其社会职能愈来愈受重视,人们评价一个企业时,不再单纯分析其财务状况及盈利能力,企业的社会价值也成为重要的指标,企业社会责任会计应运而生,于是,增值表——揭示社会责任信息的新的财务报告产生了。

一、增值表的概念及原理

增值表的概念基础是增加值,增加值源于统计,是指生产经营过程中新增加的价值,也就是所实现的收入扣除外购项目(材料、劳务费用等)后的部分,它是反映企业经营成果的一种指标。

增加值的计算方法有两种:

(一)收入法

增加值 = 实现收入 - 外购项目(包括所耗原料、燃料、劳务费用)

(二)分配法

增加值 = 雇员工薪 + 债权人利息 + 投资者股利 + 政府税金

增值表的结构是以上述两个公式为基础而设计的,分为两部分:一部分是增加值的形成过程;另一部分是增加值向雇员、政府、债权人及投资者分配的过程。

增值表的格式可以是报告式的,也可以是帐户式的。

增值表的编制是以损益帐户为基础的,收入、外购项目、工资、利息、税金等均可以从损益帐户中分析取得,不同于损益表的是,它将相同的数据作了不同的组合、排列,而反映了不同的信息。这对于传统财务会计没有特殊的要求。

二、损益表与增值表的比较

增值表与损益表都是对企业经营成果的综合反映,但却有着不同的立足点,反映着不同的管理思想。

损益表作为传统财务报告体系的主要成员,它立足于投资者利益,强调的是投资者利益的增值,反映了这样一种管理思想——实现投资者财富的最大化。因而“利润”成为其最核心的内容。

增值表则不同,它不只是站在投资者的立场上,而是认为企业的生存与发展是由企业的投资者、债权人、雇员、政府以及其它社会团体等各种利益集团共同支持和努力的结果。增值表把社会效益引入了会计管理,它是企业社会价值观这一管理思想的充分体现。

随着社会经济的发展,“增加值”将越来越受人们欢迎,增值表必然会加入到财务报告体系中去。

三、增值表的推广应用

增值表的发展史并不长,它自出现至今不过二、三十年的历史,在会计实务中的应用仍不很广泛,但其影响却在不断扩大。据英国一家杂志社的统计,所调查的公司中在1982年仅有21%的公司提供增值表,而到1988年其比例已增至29%。

目前,增值表在我国会计界仍是一个比较陌生的概念,大多数企业的管理者们只注重经济效益。而实际上,社会主义条件下对企业的社会责任要求应更高。如何引导企业将提高社会效益归入企业经营目标之中呢?笔者认为,考核其社会责任,将增值表、雇员就业报告等引入财务报告体系无疑是可行方案之一。

责任编辑 周文荣

北京潤嘉軟件公司

(010)4931539 4931581

(010)4931538 4930804

ROCA