

图书基本信息

书名：<<虚假会计信息成因分析与审计诚信文化体系的构建>>

13位ISBN编号：9787500475392

10位ISBN编号：750047539X

出版时间：2008-12

出版时间：中国社会科学出版社

作者：刘辉，谭焱 著

页数：551

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

诚信是会计、审计的生命。

诚信也是会计、审计职业道德的核心。

本书以构建防范会计信息失真与财务欺诈行为的体系为切入点,探讨会计、审计领域互动、立体的诚信体系的模块、内容、结构以及实施机理,以求从根本上减少或消除会计信息失真的生成因子和环节,有效防控财务欺诈行为的发生,构筑起人文化、法制化、制度化、技术化、信息化和多维化的动态防范体系。

内部审计与国家审计、社会审计构成我国审计体系的三大主体。

西方发达国家企业内部审计制度取得了举世瞩目的成就。

企业内部审计与外部审计相比,最贴近企业管理,了解情况方便,对企业的目标、各部门的经济责任考核、企业制度的要求、生产经营情况等较为熟悉,加之对审计对象的相对稳定性,比较容易发现管理上的漏洞,比较容易采取有针对性的审计方法,从多角度、多环节上发现问题和风险,提出处理意见和建议,控制成本,减少损失,以提高审计效果和企业效益。

我国内部审计在新时期虽然在一定程度上有了新的发展,但由于我国的市场经济起步较晚,企业内部审计所依存的客观环境并未达到理想状态,致使其还存在诸多不足和问题。

该书从现代内部审计的发展变化及其作用、职能变迁解析入手,较为深入分析了我国企业内部审计存在的主要问题与成因,并在实证的基础上提出了完善现代企业内部审计制度的对策和建议。

作者简介

刘辉，湖北钟祥人，1965年生。

准阴师范学院教授，1989年毕业于四川大学，1998年毕业于中国社会科学院研究生院，经济学硕士，主要从事财经理论的教学与研究工作。

近年来，在全国核心期刊上发表学术论文15篇，主持并完成省厅级以上课题5项。

陆续主编《新编基础会计学》（中国经济出版社，1998），《统计学》（中国审计出版社，2001），《会计信息失真和财务欺诈的成因分析与防范体系研究》（中国三峡出版社，2004）等多部著作，合计70余万字。

书籍目录

绪言第一篇 虚假会计信息成因分析 第一章 信用经济在市场经济中的地位 第二章 虚假会计信息成因的多维审视 第三章 上市公司财务欺诈的形成原因及识别方法第二篇 注册会计师管理对策 第四章 注册会计师诚信危机透析 第五章 国外注册会计师管理制度对比研究和借鉴 第六章 国外注册会计师法律责任研究 第七章 打造注册会计师行业诚信文化体系 第八章 审计轮换制——以淡化注册会计师与上市公司关系为目的的审计委托管理新模式第三篇 健全公司治理结构 第九章 财务舞弊与公司治理环境 第十章 对美国公司治理模式的重新审视与借鉴 第十一章 对美国的审计委员会制度的评价与借鉴 第十二章 日本公司治理机制的文化启示 第十三章 德国公司治理机制的特点及启示 第十四章 国外公司独立董事制度研究与借鉴 第十五章 建立会计信息披露监管体系 第十六章 完善内部控制机制,优化企业内环境 第十七章 股票期权激励制度 第十八章 建设会计诚信文化体系 第十九章 会计委派制第四篇 审计诚信文化的构建 第二十章 完善企业内部审计制度应理顺的关系 第二十一章 现代内部审计的职能变迁解析 第二十二章 我国企业内部审计存在的主要问题与成因分析 第二十三章 内部审计的独立性建设 第二十四章 内部审计法规体系建设 第二十五章 风险导向审计理论在我国审计实践中的应用 第二十六章 实施治理型内部审计 第二十七章 引入内部审计创新理念,培育增值型内部审计 第二十八章 提高内部审计人员素质 第二十九章 推进内部审计职业化 第三十章 舞弊审计的实施方略 第三十一章 会计信息化控制和审计信息化建设——建立以先进信息处理技术为核心的会计信息保真鉴别体系 第三十二章 现代审计技术和手段革命 第三十三章 建立审计风险控制体系 第三十四章 构建多维动态虚假会计信息防范体系参考文献

章节摘录

3. 降低政府的管理成本商业信用的提升,不但节省了交易的成本,而且降低了政府的管理成本。在一个讲求诚信的国度,不需要建立庞大的执法队伍,督促企业履行自己的义务,也不需要政府付出太多的人力、物力来排解纠纷。

诚信的社会必然是一个有限政府的社会,因为在讲求诚实信用的企业与公民面前,政府的许多功能会逐渐地被淡化。

4. 商业信用是商事主体通向国际市场的“通行证”我国企业要打国门,成为国际市场的商事主体,必须注重打造自己的商业信厢,良好的商业信用是通往国际市场的“通行证”。

企业虽然可以采用各种国际市场营销策略,但塑造良好的国际形象,提高自身的商业信用,无疑是最为关键的营销理念。

实行计划经济之时,企业之间的资金往来与商品交易,不需要考虑信用,手持一张介绍信,就是一张万能的通行证,因为背后的支撑者是政府。

转向市场经济后,任何大小企业都必须讲效率、求效益、谋利润,各类纷纭复杂的矛盾接踵而来。共同的原因是,彼此都缺乏诚信。

信用犹如机器上的润滑油,是市场经济的基础,没有润滑油,市场经济怎能转动?

市场经济本是严格的法制经济、信用经济,却被一些经营者歪曲为随意经济,一切经营以我的利益为准,不讲双赢,不讲互补。

借债还钱,乃天经地义,如今不少人却以借债不还为能事,用别人的钱做自己的生意。

债主上门讨债,或百般推脱,或避而不见。

有些生产企业给批发及零售企业发出货物,长期收不回货款,大批资金漂流在外,没资金买原料,停工停产,连工资也发不出,更谈不上搞科研开发,苦不堪言。

银行贷款给企业,一笔又一笔形成呆账,如果把所有银行无望收回的贷款,加在一起,全国何止几千亿元?

编辑推荐

《虚假会计信息成因分析与审计诚信文化体系的构建》由中国社会科学出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>