

发展我国税务代理业的若干建议

河北廊坊师范学院 孙林英

【摘要】 行业自身发展的不成熟以及加入WTO后国外税务代理机构的冲击,使得我国税务代理业的生存和发展面临着严峻的挑战。本文分析了当前我国税务代理业的供需关系,分别从税务代理自身建设、税务代理环境完善、税务代理营销策略等几方面对税务代理业的发展进行了探讨。

【关键词】 税务代理业 税务师事务所 注册税务师

我国税务代理业起步较晚,目前尚处于初级阶段,与国际税务代理业的发展相比差距还很大。据统计,我国目前只有不到5%的企业法人的纳税业务由税务代理机构办理,而在美国,超过50%的企业和几乎100%的个人将其涉税事宜委托给税务代理机构办理,税务代理业年产值在1 000亿美元左右。我国税务代理业的不成熟以及加入WTO后国外税务代理机构的冲击,使得我国税务代理业的生存和发展面临着严峻的挑战。本文将从当前我国税务代理业的供需关系入手,分析探讨其发展对策。

一、税务代理业供需现状

1.行业需求表象不足,需求旺盛,潜力很大。在我国,税务代理业是与注册会计师行业同时起步的,然而与注册会计师行业的发展相比,我国税务代理业却面临着非常尴尬的局面。以税源相对丰富、企业市场化程度较高的深圳为例,深圳市“培育税务代理市场,优化深圳投资环境”课题组曾对深圳税务代理市场进行过全面调研,在接受采访的900多位纳税人中,表示有兴趣的纳税人仅占17.7%,实际委托税务代理机构代为办理的纳税人仅占3%,而且多是50人以下的小型企。单从表象来看,税务代理服务在深圳的供给远远超过了需求,表明行业需求不足。

然而,透过现象看本质不难发现,税务代理业需求不足主要是由税务代理执业质量不高导致的。实质上,我国税务代理业需求旺盛、潜力很大。因为随着我国会计准则与国际会计准则的逐步接轨,税务和会计之间的差异越来越大,导致企业在编制会计报表时需要进行大量的税务调整。虽然企业有会计部门,但是往往无法应对复杂的税务问题。由于不同交易内容涉及不同的税种和不同的税务处理,再加上我国很多企业有国际业务,还涉及国际税收问题,这使得企业很难仅仅依靠自身的资源来进行有效的税务管理。于是企业从成本、质量控制等角度出发,也开始倾向于将税务事宜委托给税务代理机构办理。因为企业将涉税事宜委托给税务代理机构办理不但可以使企业减轻压力,将主要精力集中在企业经营方面,从而达到有效节约成本、提高企业经营业绩的目的,而且税务代理人可以利用自己的业务专长,在合法的前提下帮助企业有效地降低成本、合理避税,获得税务利益最

大化。同时,日益增多的外资企业由于不了解我国税法,在税务代理方面有更大的需求。这就要求税务代理人必须规范自身的执业行为,提供诚信优质的服务,来满足税务代理市场不断增长的需求。

2.国内税务代理服务供给相对不足,国际税务代理机构竞相涌入。与各行业巨大的潜在需求相比,目前我国本土化的税务代理服务供给严重不足,主要表现为以下几个方面:

(1)税务代理人才知识结构老化、知识层次低、高层次人才缺乏。税务代理是一项具有权威性、专业性的业务,既需要从业人员精通会计、税法、管理等相关知识,还需要其业务娴熟、经验丰富。然而从我国现有税务代理力量配备来看,存在税务代理人才数量不足、知识结构老化、知识层次偏低的问题。有统计数字表明:从数量上看,目前实际代理客户大约只占纳税企业的3%~5%;从文化结构上看,其从业人员中仅有10%是大中专以上学历;从年龄结构上看,高龄退休人员占大多数。可见,在税务代理行业中,熟悉税务、会计、法律、计算机应用、管理咨询及国际惯例等的高层次人才奇缺。

(2)税务代理机构数量少、规模小、业务范围单一、服务层次不高。我国目前大概有2 000多家税务师事务所,5万多名注册税务师,然而真正从事税务代理活动的仅有2万名注册税务师,这对于正处于经济高速发展阶段的我国来说是远远不够的,尤其是在税法和会计制度差异越来越大的情况下体现得更为明显。目前我国本土化的税务师事务所规模普遍较小,大品牌的知名税务师事务所更是少之又少,这就相应地限制了税务代理人的执业范围和执业水平。虽然国家税务总局曾于1999年下发了《税务代理试行办法》,明确了税务代理的业务项目,然而目前我国税务代理人的执业范围大多局限于代纳税人、扣缴义务人办理纳税事宜和税收行政复议等低层次业务,而对于高层次业务却涉及很少。显而易见,低层次的税务代理活动无疑是制约税务代理业发展的一个重要因素。

(3)税务代理环境不完善,税务代理业面临诚信危机。税务代理环境的不完善,首先表现为税务代理业缺乏相应的法律依托。虽然国家税务总局曾颁布了《税务代理试行办法》,但由于未通过人大立法,只属于“规章”范畴,从而使税务代

理业没有上升到法律的高度。由于缺乏与其配套的操作性法规,因此税务代理业在实践工作中很多方面是无法可依的。其次,虽然税务代理机构与其原管辖税务机关进行了脱钩改制,但由于历史原因使得某些税务代理机构与其原管辖税务机关在业务、财务等方面的关系并未真正理顺,再加上当前我国税务代理业没有法定业务等因素,致使某些税务代理人为了生存不得不凭借税务机关的行政权力拉业务,或以其他不正当手段招揽客户,而不积极开发、占领市场,缺乏合理的运营机制。最后,由于缺乏行业自律与监管机制,使得在税务代理过程中不按合同办事、漫天要价、违纪泄密的事件时有发生,严重影响了税务代理业的社会声誉,使税务代理业面临诚信危机。

从上述分析不难看出,我国税务代理市场潜力巨大,这对于我国税务代理业的发展是一个很好的机会。然而,根据我国加入WTO的承诺,我国税务代理市场要全面对外开放,而普华、安永、毕马威、德勤四大国际会计师事务所向我国内资企业的渗透力度越来越大,纷纷在北京、上海、大连、天津、广州、深圳、东莞等发达城市建立了机构,逐步完善各自的市场布局。同时,其采取垂直渗透的方式,通过争夺银行、保险、电讯等行业总公司的市场,从而进入这些公司在全国的会计、审计和税务市场。此外,国际上一些会计师事务所已经与国内一些地方会计师事务所、税务师事务所谈判,准备采取合资的方式先期进入我国市场,以方便其在我国税务代理业市场全面放开后有条件迅速成立独资公司。国际会计师事务所的进入,对我国税务代理业市场的供需关系产生了巨大冲击。

二、税务代理业发展对策

立足于对当前我国税务代理业供需现状的分析,笔者认为,要使税务代理业这个新兴事业在激烈的国际竞争中尽快成熟起来,应在以下几个方面有所突破:

1. 加快税务代理业自身建设。

(1) 加大人才培养力度,严格实施税务代理人资格认证和定期考评制度,实行人尽其才的用人机制。税务代理业的发展关键在于人才。首先,税务行政机关和税务师事务所应根据税务代理市场对高素质人才的需求,加大人才培养和注册税务师后续教育培训的力度,建立起面向代理市场的人才培训制度,充分利用国际知名税务师事务所的技术资源和培训机制,使我国注册税务师跟上市场经济发展的步伐。其次,作为培训人才的高校也要以市场为导向,培养高素质的人才。据调查,目前已有很多人认识到税务代理将是个热门职业,也有很多高校都有意向设置税务专业以培养专门的税务代理人才。再次,严格税务代理人资格认证制度。税务代理人资格的取得,必须通过严格考试取得中华人民共和国注册税务师执业资格证书并在省、自治区、直辖市及计划单列市注册税务师管理机构注册登记。最后,税务师事务所或注册税务师协会应采取一定的方式,对税务代理人的职业道德和业务水平进行定期考评,并充分利用各种激励因素,激发从业人员的工作积极性和责任感,使每个人的潜能和才智都能得以发挥。

(2) 在扩展业务范围、提高服务层次、鼓励开办税务代理

机构的同时,采取有效措施打造一批有国际影响的知名税务师事务所。我国税务代理业的业务范围和发展方向应突破代纳税人、扣缴义务人办理涉税事宜和税收行政复议代理等业务,应将税务代理层次提升到帮助企业进行纳税筹划,有效地降低成本、合理避税,使企业纳税结构得到优化。我们可以借鉴国际知名税务师事务所的成功经验,积极拓展跨国业务,提高服务质量,为我国税务代理业走向国际市场奠定基础。鉴于目前我国税务代理机构数量少、规模小的现状,政府及各级税务机关应采取鼓励、扶持的方式,如尽快规定税务代理业的法定业务,赋予税务代理业一定的查账鉴证权,以解决税务代理业由于没有法定业务而面临的生存危机,并从相关政策法规、方案设计等方面帮助税务代理业走上健康发展的道路。同时,还可通过兼并、联合手段,促进现有税务师事务所合并,成立税务师事务所联盟或组建股份公司,统一管理,扩大影响,并采取有效措施组建一些有国际影响的知名税务师事务所,以提高我国税务代理业在国际上的知名度,使其能在激烈的市场竞争中得到发展。

2. 健全和完善税务代理环境。税务代理环境的健全和完善关键在于法律法规的建设。为了规范税务代理人的执业行为,确立税务代理业的法律地位,必须建立一部包括《注册税务师法》、《税务代理程序法》、《税务师事务所组织章程》和《注册税务师协会章程》等在内的法律体系。同时还应加强行业自律和行业监管,净化税务代理环境,促进公平竞争。鉴于我国税务代理业尚属初创阶段,可以走行政监督与行业自律相结合的道路。行政监督主要是指税务行政部门对税务代理人的执业行为从宏观上给予指导;行业自律则是指由注册税务师协会制定相关的执业规范,并负责日常管理工作和具体操作,对税务代理行为进行自律约束。最后,税务师事务所注重完善税务代理服务体系,建立一套科学、合理的运营机制,如窗口服务要文明规范,上门服务要有耐心、细心和恒心,要建立承诺制,还要建立健全网络服务体系,保证服务的全面性和连续性。

3. 积极推行税务代理营销策略。从理论上讲,在供不应求的市场状况下,似乎并不需要加大营销投入。然而,通过上述分析可以看出,我国税务代理业的供需现状并非是简单的供不应求,而是在国内供给尚不能满足潜在需求的前提下国外供给大量涌入、大力抢占市场份额的严峻现状。面对如此严峻的挑战,尚处于成长发育期的我国税务代理业在加强自身建设的同时,必须采取恰当的营销策略将自己推销给纳税人,在与国外税务代理机构竞争的过程中,充分利用本土化优势,占领税务代理业市场。

(1) 确立正确的市场竞争定位。现代市场营销理论根据企业在市场上的竞争地位,把企业分为四种类型,即市场主导者、市场挑战者、市场跟随者和市场补缺者。限于我国税务代理业的发展现状,笔者认为应先将其定位为市场补缺者和市场跟随者,随着其自身的发展壮大再将其逐步定位为市场挑战者和市场主导者。借鉴市场跟随者的营销策略,我国税务代理业可以在代理服务理念、代理业务范围、代理质量、价格水平、管理机制等方面效仿国外税务代理业,并通过兼并、合并、组织联盟等方式使自己发展壮大,最终成



优化我国财政支出结构的思考

哈尔滨工业大学管理学院 王玉梅

【摘要】 本文从我国现阶段经济发展的实际出发,分析了当前财政支出结构中存在的主要问题,并有针对性地提出了若干财政支出结构优化对策。

【关键词】 财政 支出 结构

财政支出结构是指财政支出总额中各类支出的组合以及各类支出在支出总额中所占的比重。财政支出结构优化是指在一定时期内,在财政支出总规模占国民生产总值比重合理的前提下,财政支出内部各构成要素符合社会共同需要且各构成要素占财政支出总量的比例相对协调、合理的状态。优化财政支出结构的实质就是合理分配财政资源以满足不同的社会公共需要。财政支出结构与政府职能存在着紧密的对应关系,财政支出结构反作用于政府活动的范围和方向,反映一个时期的政策倾向和变化。随着社会主义市场经济体制的建立和政府职能的转变,建立和完善公共财政体系、加强财政支出管理、提高财政资金的使用效益已经越来越迫切。从当前我国财政改革的总体运行状况看,虽然取得了重大进展,但财政管理相对滞后,尤其是财政支出领域中存在大量问题,如结构不合理、财政资金供应范围存在“越位”和“缺

位”等,致使我国财政支出管理的正常运行遇到许多困难。本文在分析我国财政支出结构现状的基础上,提出了优化我国财政支出结构方面的建议,以期抛砖引玉。

为市场主导者。另外,所谓市场补缺者战略,就是精心服务于补缺市场,并通过专业化经营来占据有利市场位置的战略。市场补缺者的主要任务是创造、扩大和保护补缺市场。由于目前国际税务师事务所的触角已延伸到制造业、电子业、电信业、物流业等领域和行业,所以处于弱势的我国税务代理业可以选择受冲击小的领域和行业,或通过对国际税务师事务所已经占据一定份额的市场进行细分,选择尚有需求的细分市场作为补缺市场迅速进入,并通过专业化经营,如最终用户专业化、顾客规模专业化、特定顾客专业化、地理区域专业化等经营方案来扩大和保护补缺市场,提高声誉和增强实力。

(2)选择适当的营销策略。根据产品生命周期理论可以判定我国税务代理业正处于产品生命周期的成长期,所以营销策略的选择应满足成长期的特点。首先,创立品牌,创造品牌效应。品牌最持久的含义就是其价值、文化和个性,因而创立品牌既有助于树立良好形象又能吸引更多的品牌忠诚者,而且两者是相互促进的。所以,在与国际知名税务师事务所竞争的过程中,创立我们自己的品牌是非常必要的。其次,改变广告宣传的重点,将宣传重心从税务代理服务转为税务代理品牌,使税务代理品牌深入人心。再次,适时采用降价策略,坚持“同等价格比服务,同等服务比价格”的原则,激发那

些对价格比较敏感的潜在消费者。同时,采用人员推销的促销策略。因为人员推销注重人际关系,有助于同被代理人建立长期友好关系,而且人员推销有助于及时了解市场需求,能更确切地为税务代理服务指明方向。最后,注重培养忠诚客户。我们可以在国内选择一些有发展潜力的客户予以重点培养,在其成长初期免费为其提供审计、会计和税务服务。这样,即便其将来成长为世界跨国公司,也依然是我们的忠诚客户。

一、当前财政支出结构中存在的问题

1.财政资金供给范围不规范。改革开放以来,我国财政收支的局面虽已被打破,但传统的国家包揽一切的分配思想和财政统支的局面仍保持着,财政资金的供给范围未能做出相应的调整,缺乏科学、明确的界定,在相当程度上沿袭了计划经济体制下的供给制分配方式,具体表现在:政府及财政在资源配置领域的定位不明确;对财政的职能范围与支出责任不能适应市场经济发展的要求,未做出相应调整。

2.经济建设支出比重逐年下降,但从构建公共财政的要求看,其比重仍然偏高。经济建设支出比重从“六五”时期的56.08%下降到“九五”前四年的39.17%,到“十五”前三年则下

总之,加入WTO后,我国税务代理业的发展既面临国际税务代理业的严峻挑战和激烈竞争,又有较大的市场发展空间。所以我们应积极学习和借鉴国际税务代理业的成功经验,利用我们的本土化优势,重视人才培养和激励,不断完善税务师事务所的运营机制和行业监管与自律机制,积极推行税务代理营销策略,为我国税务代理业走向国际市场奠定基础。

主要参考文献

①邹国金.我国加入WTO的承诺:税务服务靠什么“与狼共舞”.中国税务报,2004-11-29

②余铮.每个商业问题都是税的问题.中国财经报,2004-12-24

③代金宏.入世后中国注册会计师行业:挑战、机遇、对策.财会月刊(会计),2002;1