

论新型管理会计在国有商业银行的应用及延伸 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/70/2021_2022__E8_AE_BA_E6_96_B0_E5_9E_8B_E7_c44_70821.htm 随着世界经济的一体化，中国加入世界贸易组织时代到来，国有商业银行面临着国内和国际两个市场的竞争挑战，尤其是在信息时代和管理科学现代化的今天，银行业的经营环境发生了巨大变化，3C力量即顾客化（customers）、竞争化（competition）和变化化（change）正在驱使当今金融企业逐步走向一个陌生的境地，面对这样非常复杂的立体信息环境，在国有商业银行的今后发展过程中，比利润更重要的是市场份额，比市场份额更具有意义的是竞争优势，而比竞争优势更具有深远影响的是发展的核心能力。当今，国有商业银行为了抵挡外资金金融机构强烈的冲击浪潮，仅仅外抓重点行业、重点客户、重点产品和重点地域是远远不够的，还应该加强内部管理。如何做到内部对财务的合理性、效率、标准和程序进行真正分析研究和把握，把创作价值的责任和权利有效地分解落实到位，利用信息确定项目、部门、产品和客户的盈利能力，建立起一个信息灵、反应快、效率高、质量好，能够和国内、国际金融同业们齐头并进的现代化商业银行，关键是引入新型管理会计。

一、引进作业“价值链”管理会计

作业成本核算和作业管理 国有商业银行实施作业成本就是要把银行看作为最终满足顾客需要而设计的“一系列作业”的集合体，形成一个由此及彼，由内到外的作业链。每完成一项作业要耗费一定的资源，而作业的产出又形成一定的价值，转移到下一个作业，逐步推移，直至最终把产品提供给银行外部的顾客

，并满足他们的需求。最终产品作为银行一系列作业的集合体，凝聚了在各个作业形成而最终转移给顾客的价值。因此，作业链有时也表现为价值链，作业的推移，最终形成转移给国有商业银行外部顾客的总价值。从顾客那里收回转移给他们的价值，形成国有商业银行的收入。收入补偿完成各有关作业所消耗的资源的价值之和后的余额，称为从转移给顾客的价值中的盈得利润。作业管理就是要索本求源，因为并不是所有的作业都刻意增加转移给顾客的价值，所以国有商业银行作业管理就是要尽可能的消除不增加价值的作业，对可增加价值的作业也要尽可能的提高其工作效率，减少完成他们的消耗，提高可从顾客收回的价值，因此，如果国有商业银行的经营管理深入到以作业为基础的管理，以作业为起点和终点，不断的改进、优化自身的价值链，比目前以产品为起点和终点在层次上就大大优化了，从而使我国国有商业银行在当今国际化大市场中的竞争力会发生质的改变和加强。

二、建立和完善企业核心能力培植的管理会计综合业绩评价制度

国有商业银行建立综合业绩评价制度就是将结果（利润和现金流量的财务目标）和原因（顾客和员工的满意度）联系在一起，从财务维度（financial）、顾客维度（customers）、企业内部流程（internal business processes）、学习和成长（learning and growth）等四个方面全面评价经营业绩战略实施系统。其综合业绩评价基本框架中财务维度是最终目标，顾客维度是关键，内部流程是基础，自身的学习和成长是核心。而核心培植是一个动态过程，想要永远保持其核心能力，就必须依靠企业不断的学习和成长，才能持续改善企业的内部业务流程，更好的为顾客服务，从而实现国有商业银行最

终的财务目标。1、财务维度 在市场经济条件下，国有商业银行所有的改善都应该面向财务目标。（1）以权责发生制为基础的利润依然是国有商业银行的财务目标。因此，财务会计依然是财务维度的重要内容。（2）鉴于利润作为财务目标的缺陷以及国有商业银行处于不同发展阶段，其财务目标不同，现金流量优势比利润更为重要。因此，必须辅之以现金流量会计。以权责发生制为基础的年财务会计与现金流量会计将在各自的领域发挥作用，但是两者相结合，从战略的高度和国有商业银行核心能力层次上看，“效益”应该分为直接效益、间接效益和无形效益在内的全方位效益，而不是狭义的经营活动中狭义的财务效益。2、顾客维度 国有商业银行想要获取长远的、出色的财务业绩，就必须创造出受顾客青睐的产品或服务。如何使顾客满意关键在于产品的质量。质量由顾客认定，是顾客对银行所提供的产品或服务所感知的优良程度。因此国有商业银行应该格外关注以下几个方面：

（1）、顾客需要什么，何时需要以及如何需要，顾客是质量概念的核心。实际上，对顾客的关注就是对市场及市场战略的关注。毫无疑问，企业市场战略会对利润产生影响。国有商业银行必须关注“市场份额”、“顾客留住率”、“顾客获得率”、“顾客满足程度”、“顾客给银行带来的利润”等指标。通过市场战略对利润的影响的研究可以诊断自身在市场的竞争地位。（2）如何权衡质量与成本之间的关系

（3）、产品生命周期成本。顾客的需求日益缩短，银行对成本产生的根源及其结果的考察必须超越生产阶段，拓展到整个产品的生命周期。（4）、环境管理，在21世纪，银行的产品不仅要有顾客观念，而且还要有环保观念。因此，质量不

仅对银行及其顾客具有重要意义，而且对社会也具有重要意义。可持续发展是社会经济发展的目标。任何银行如果其产品不符合可持续发展目标（比如产品质量的环保标准认证），就不能生存。从国有商业银行内部的角度看，不仅要确认、计量和归集环境成本，而且要注重投资成本效益和环境业绩评价。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com