

应重新理解财务管理

刘国培

一、重新理解企业的财务目标

企业是一个有目标的赢利组织。企业的经营目标中最主要的就是利润、每股净利润等财务目标。财务目标也就是财务管理的目标。要重新阐述财务管理,首先必须重新阐述其目标。目标明确了,财务管理才能采取恰当的方法和手段。财务目标中,最关键的最重要的指标就是利润指标,其他指标或决定于利润指标,或只是间接地反映利润(包括获取潜在利润的能力)。因而,以下研究财务目标时,通常只考虑利润指标。

1. 从现代营销学来理解

一个企业的财务目标主要是获取最大限度的利润。由利润公式(利润=收入-成本)可知,扩大利润无非两条途径:增加收入和减少成本。

现代营销学告诉我们,企业为达到其经营目标,首先要在市场中取得竞争的优势。而一个企业要在市场上获得成功,关键在于通过企业的整体运营活动,以最低的成本,使顾客(市场)获得最大限度的价值(需要或满足)。

我们不妨给产品、价值、成本、收入、利润等下这样的定义:

产品是企业为满足顾客的需要或欲望而提供的有形的物或无形的服务或两者的综合。

价值是获取产品的顾客的需要或欲望的满足程度,而价值量则是价值的货币度量与表示。从这种意义上讲,企业的整个活动,包括从市场调研、产品开发、设计、生产、销售、服务等,可以称为价值创造活动,简称为价值活动。使产品的价值量增加是企业价值活动的目的。

成本是企业整个价值活动中发生的各种经济资源的实际耗费或潜在耗费。这些耗费的价值的综合便构成了成本量。

收入是企业从市场获取的由顾客支付的价值量的货币体现,是将包含着企业创造的价值增量的产品与顾客交换的结果。

利润则是企业所实现的价值增量的货币体现,是企业通过本身要耗费价值(产生成本)的价值活动来实现的。

根据以上定义和利润、收入、成本三者之间的关系,企业的财务目标可以阐述为:以最少的成本(价值耗费)创造最大的收入(价值增量)。注意,这里的价值、成本都要从总量上认识和把握,而不能理解为单位成本和单位价值。

2. 从政治经济学来理解

产品的内涵包括使用价值和价值两部分。使用价值从管理上讲就是产品的质量。质量是产品所具备的满足顾客明示的或隐含的需要(或欲望)的特征和特性的总和(ISO9000也有类似的定义)。从马克思主义的政治经济学看,价值是价格的决定因素,价格只能在市场需求的调节下围绕价值上下波动。价格如果从总量上理解,就是企业的收入。可见,企业要达到自己的目标,在市场竞争中取得优势,就必须从两个方面着手,一是对质量的管理,二是对价值(收入)的管理,也就是财务管理。前者保证产品的使用价值,后者保证产品的价值。因而,财务管理应该是企业管理两个最重要方面中的一面。

以利润的公式来考察价值管理,价值管理必须遵循下列规律:

$$\text{企业拥有的价值增量(利润)} = \frac{\text{顾客付给的价值量}}{(\text{总价格或收入量})} - \frac{\text{企业耗费的价值量(成本量)}}{(\text{总价格或收入量})}$$

可见,作为企业管理重要一面的财务管理的主要目标就是:以尽量小的价值耗费,从市场获取尽量大的价值收入。

3. 从现代竞争学来理解

关于企业如何竞争的研究近年来飞跃发展。美国哈佛大学的迈克尔·波特教授在《竞争优势》一书中提出了下列创造性的概念:

整个社会生产体系是一个为全社会创造价值的价值大系统。任何企业都是处于某一价值系统中。这个价值系统是包括从原材料到最后消费的整个价值创造

过程。一个价值系统由前后有买卖关系的企业的价值链组成。每一个企业的价值链都是以独特方式联结在一起的九种基本的价值活动所构成。这些价值活动彼此之间相互联系,相互作用。他还指出,企业正是通过对组成价值链的各种价值活动的整合与歧异,使企业整体的价值活动具有独特优势,才能赢得市场,实现企业的目标。

因而,基于以上价值链的概念,我们又可将企业的财务目标描述为:企业的整个管理活动应以财务管理为中心,通过控制涉及全部运营活动的各种价值活动来达到最大限度价值增值的目标。

二、重新理解成本的概念及成本与收入的关系

1. 成本的特征

企业的成本是企业各种价值活动中产生价值增值的同时,不断发生价值消耗所形成的。如果将成本的形成过程称为成本环,我们可以得出成本环的概念:成本是在包含企业的任何一项价值活动中逐步累积形成的。成本环就是以开始产生成本的活动(如市场调研)为起点,以成本增长结束的活动(如用户使用完产品)为终点的所有活动,包括直接产生成本的活动(称为直接活动)和间接活动,即为直接活动服务而使成本主要随企业活动时间的递增而不断递增的活动。

由此,新的成本概念具有以下重要特征:

(1)过程特征:成本是在企业的价值活动中不断形成和积累的,是动态的,与物质过程相联系,它可以事前预测,事后核算,但只能在过程中控制和把握。

(2)增长特征:企业的成本,包括直接活动和间接活动的成本,总是随着价值活动的向前推进而不断增加,具有增函数的特征。

(3)系统特征:成本是一个全过程的成本,是整个企业运营系统的成本,不能孤立地、片面地分析局部的成本。

(4)联系特征:企业的成本之所以是系统性的成本,是由于形成成本的企业运营系统是由既相对独立又相互联系的一个个价值活动所构成的。某个价值活动的变化不仅会影响本活动的成本,而且会影响到与该活动有关的其他价值活动的成本。其中,与供应商和买方有关的价值活动的成本既受供应商或买方的价值链影响,而且也能反过来影响供应商或买方的成本。

(5)控制特征:企业本身各项价值活动的成本及其相互影响完全可以由企业自身来调整和控制,但企业价值链与外部价值链及外部价值系统的相联系部分的成本,包括由供应商和买方相联系的成本,企业无法完

全控制,只能通过联系来影响它。

(6)被动特征:形成成本的价值过程并非有产生成本的要求和主动,而只是为了产生价值增量而被动地产生的。因而,价值活动需要在主动生产价值的同时,尽量降低被动产生的成本。

(7)计量特征:成本的计量有多种方法,但以货币计量成本是较好的方法,它具有客观性、可比性、可控性等特点。同时,应利用其他相关计量手段来更好地分析成本。

2. 收入的特征

由前述收入定义知道,收入是产品价值的货币实现,所以产品价值的特征是收入特征的前提与基础。要考察收入的特性,必须先考察价值的特征。

产品价值的形成与价值活动的价值耗费——成本相联系,也是一个动态的、系统的在经营过程中不断形成的过程。具体考察,产品价值具有以下重要特征:

(1)过程特征:价值是由企业运营系统中的每一项价值活动不断创造的。直接活动直接地增加产品的价值,间接活动则通过为直接活动服务而间接地增加产品的价值。

(2)增长特征:价值的增长一般也是随着价值活动的向前推进而不断增长。然而,它不像成本那样总是随价值活动的推进而增长,会因价值活动的失败(如由加工产生废品)而上下波动,甚至完全丧失。

(3)系统特征:价值也是一个系统的概念,不能孤立地、片面地分析局部的价值。各个价值活动创造价值时与成本的形成一样,也有着复杂多样的联系。需要考虑各个价值活动之间的相互联系和影响来综合地创造一个最大的整体价值。

(4)控制特征:与成本类似,企业可以对只与企业内部产生联系的价值活动进行完全控制,而对与外部价值链及价值系统联系的价值增值过程,如与供应商及买方的联系等,只能通过联系(包括谈判)来影响产品价值的增值过程。

(5)目标特征:与成本的被动特征相对应,价值的目标特征实际就是指价值的形成在每一项价值活动中都是主动的。

(6)计量特征:同成本一样,价值也可以用多种方法来计量,但应以货币计量为主,其他方式为辅来反映价值。

收入是将产品同顾客的货币交换的结果。它与价值有什么关系呢?

(1)遵循价值规律的作用:产品价值是等价交换的基础,是总价格——收入的基础,收入受市场供求关系

的影响,总是围绕企业创造的产品的价值量上下波动。

(2)收入的实现具有突变性,只有实现销售这一突变环节才能实现收入。因而市场营销这一价值活动就显得特别重要。

然而,企业的目的在于创造利润,因而不能孤立地讨论收入和成本,而要把它放入与利润的关系中来共同研究。

3. 收入与成本的关系——利润

在以上考察收入、成本的特征时,我们可以总结两者具有以下重要联系:

(1)价值与成本是价值活动的两个方面,一个是其目的,一个是为达目的付出的代价,两者是互生的关系。

(2)对价值而言,成本的增长是绝对的,而价值的增长是相对的、波动的,成本的付出与收入的增长并不成正相关。

(3)成本的形成大部分是企业自己决定的,而收入的实现具有突变性,取决于企业的市场能力。

(4)对每一项价值活动的成本与收入而言,必须综合考察它的成本效益才行,即进行成本效益分析,使下列公式所示的成本效率最大:

成本效率=(本活动产生的价值增量+本活动给其他关联活动带来的价值增量)/(本活动的成本-本活动为其他关联活动带来的成本降低量)

(5)两者是组成利润公式的基本要素,任何一项的增减都会影响企业的利润;要实现企业利润的最大化,要综合考虑以下两条途径:

从总量上讲,使利润=Maxium(收入-成本)…………(1)

从单位产品上讲,应使效益=Maxium(收入/成本)
…………(2)

这样,企业的财务目标可以进一步阐述为:控制任何一项价值创造活动,首先满足上述(2)式的要求,然后就是要将整个企业活动作为一个统一的价值创造系统来考虑,通过内部各种价值活动的整合与歧异,满足上述(1)式的要求,达到利润的最大化。

三、重新理解财务管理的概念

由以上分析知道:

第一,作为企业的主要经营目标之一的财务目标是企业最重要的目标,而利润目标又是财务目标中主要的目标。

第二,财务管理是企业管理中最重要的一面,它涉及到企业的每一项价值活动,是以成本管理和收入管理为核心的全过程的管理。

结合成本、收入以及利润的特性可知,企业的财务管理必须考虑到以下几个极其重要的方面:

(1)全过程性:全过程性是指影响财务目标的成本与收入有一个实实在在的贯穿于企业全部价值活动的形成过程,它意味着必须考虑成本与收入的阶段性、系统性与物质性。要调控它们,必须事前预防,事中控制,事后评价,而真正起作用的是与过程同步的事中控制。

(2)系统性:财务管理的全过程性决定了其系统性。系统性意味着必须考虑各项价值活动及作为一种特别的价值活动的财务管理活动之间的联系与影响,意味着控制必须采取反馈手段,事前调整手段。更重要的是,系统性意味着财务管理需要建立完整的管理体系——财务管理体系。

(3)全员性:员工是各项价值活动的真正决定因素,是价值活动的执行者,是价值的创造者,也是价值耗费的操作者。既然价值活动决定了企业的成果——利润,员工也就必须是财务管理的真正决定者。因而,财务管理需要动员每一位员工来参与,教育他们,培训他们,使他们由被动地被管理,变成主动地参与行动的管理者。

这样,我们得出一个全新的概念:财务管理就是分析、确定企业的经营方针、财务目标、财务职责,并在财务管理体系中通过财务策划、财务控制、成本控制、财务保证和财务改进实施全部管理职能的活动。

由上看出,财务管理活动涉及企业的所有活动,它需要企业的全体员工来参加所有相关活动并承担相应的责任。从这一点来讲,财务管理就称为全面财务管理。它意味着:

(1)全面分析每一项价值活动的成本与价值,并参与该活动的人员共同建立控制措施;

(2)全体员工积极参与财务目标的调查与确立和财务管理体系的建立;

(3)全体员工都明了自己岗位的财务职责,并采取相应的财务控制措施和作业活动;

(4)培训全体员工,提高其素质,使其具有履行其财务职责的能力。

从以上分析可知,全面财务管理不仅是对现有财务管理功能的综合和提升,而且是站在一个全新的角度来审视财务管理,并提出了更好的理论,更有效的方法。

(作者单位:新疆水利厅水磨河流域管理处)

责任编辑 袁蓉丽