第一图书网, tushu007.com

<<财务领导力>>

图书基本信息

书名：<<财务领导力>>

13位ISBN编号：9787514109351

10位ISBN编号：7514109358

出版时间：2011-9

出版时间：经济科学出版社

作者：张宇

页数：198

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

第一图书网, tushu007.com

<<财务领导力>>

内容概要

一个很偶然的机会，我认识了管理会计。
它就像一颗钻石：简约而不失深邃，透彻中彰显价值。
我从此便迷恋上了它，并决定让它作为我终生的事业。

管理会计帮我解答了一个困惑多年的问题：为什么很多企业管理者总是觉得西方的管理理念和方法很有道理，但却又认为这些东西在自己的企业中用不上?
答案就是，这些企业不了解管理会计的知识体系，也谈不上有管理会计的实践。
管理会计的缺失使得企业管理者无法利用财务信息去制定决策，以及规划和控制经营活动。
没有定量的，尤其是财务的信息，先进的管理理念和方法只能沦为企业中短暂的时髦、空洞的说教和新的形式主义。

其实，管理会计在西方国家已经有近100年的历史了，是西方企业习以为常的管理实践。
中西方企业在管理会计上的巨大反差是很不正常的，这其中的主要原因是，我国在上世纪九十年代才真正开始采用西方的会计体系，我国证券市场的建立和规范促使我们重视了以外部报告为目的的财务会计，但却忽视了以内部管理为目的的管理会计。

目前，在政府强调经济转型与产业升级，企业推行“精细化”管理的形势下，学习管理会计的知识体系，推进管理会计的企业实践已是势在必行。
令人欣慰的是，不少知名的国企与民企开始行动了：他们设立管理会计部门，安装管理会计软件，派员工参加管理会计培训。

我期待管理会计在我国发扬光大，被越来越多的企业所认识和接受，为增强企业管理者的领导力，提升企业的市场竞争能力和经营业绩做出更大的贡献。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张宇，管理会计领域的职业讲师、美国注册管理会计师（CMA）、法国国立桥路大学国际MBA、美国管理会计师协会（IMA）会员、国家外国专家局CMA认证讲师。

第一图书网, tushu007.com

<<财务领导力>>

书籍目录

0 财务，让领导力飞
谈谈财务
谈谈领导力
财务，让领导力飞
本书的目的和结构
1 财务与决策
“ 火攻 ”与“ 风向 ”
什么是决策
决策的过程和工具
谈谈成本的概念
财务信息之决策分析
风险状态下的决策方法
成本为导向的定价决策
2 财务与战略
外行谈战略，内行谈后勤
企业战略、投资与经营
战略规划的过程与工具
战略地图——平衡记分卡
战略不再是浮云(一)——价值链分析
战略不再是浮云(二)——作业管理
3 财务与管理
《孙子兵法》之“ 庙算 ”
企业“ 庙算 ”(一)——预算思想
企业“ 庙算 ”(二)——预算方法
企业“ 庙算 ”(三)——本量利分析
差异分析体系
分部业绩的衡量
流动资产的管理
4 财务与激励
秦国的“ 锐士 ”
人力资源的三个“ h ”
谈谈激励理论
有效激励体系的特征
提案制度
责任中心
附1 戴明14条管理原则
附2 提案确认书案例

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页： 插图： 顾客价值在企业内层层传递，最后交到顾客手中。
但是对于企业中的大部分员工来说，他们并不直接与顾客沟通。
那么他们怎么来确定顾客到底需要什么？
而企业又怎么保证他们的产品或服务是顾客所能接受的呢？
内部顾客的概念和实践解决了这个问题。
它首先产生于日本企业的全面质量管理思想（后文再做阐述）。
这个思想要求将废品扼杀在萌芽之中。
这个原则体现在制造过程中就是前道工序产生的废品不要再继续加工，因为再加工也是废品。
要做到这一点，后道工序的员工必须在继续加工前检验前道工序的产品，并拒绝前道工序的不合格产品。
这样，后道工序的员工就承担了顾客的角色（顾客有权拒绝不合格产品），而前道工序就是供应商。
因此，整个企业就形成一个由内部供应商和内部顾客组成的价值链。
现在这个思想已经不仅仅局限于质量管理，企业中的每个员工或部门都应该心里有顾客，都应该去了解自己顾客的需求。
从逻辑上讲，企业应该先了解外部顾客的需求，然后将顾客需求的信息沿着内部顾客一供应商链向前传递，一直到最前端的员工（如研发或设计人员），然后顾客价值再从最前端向后传递，一直到交给外部顾客。
只有每个内部顾客都得到了他们所需要的产品和服务，外部顾客才能得到他们所需要的产品和服务。
这个理念在企业里执行起来似乎并不难，毕竟大家都是一家人嘛！
但事实并非如此。
每个部门会有自己的利益、偏好和关注点，特别是当每个部门都是责任中心，有自己的绩效考核时，对本部门不利的需求一般会被拒绝。
比如。
外部顾客希望产品能够有更多的选择余地，销售部就会跟生产部提这样的要求。
但是这样做会提高生产成本，因而生产部会以此为理由而拒绝这个要求。
我们称这种情况为次优决策（Suboptimal Decision），就是说这个决定对某个部门是有利的，但对企业整体未必是有利的。
在这种情况下，企业领导者要鼓励各部门管理者以企业整体利益最大化为出发点，部门之间进行沟通和协调，并在绩效考核上做一定的调整，促使他们做出最优（Optimal）的决策。
让我们从以下一个小案例来理解这个问题。

第一图书网, tushu007.com

<<财务领导力>>

编辑推荐

《财务领导力:概念、问题、工具》为作者首部作品，是多年理论研究和实际经验的累积，因而内容生动而准确、严谨而有时代感。

第一图书网, tushu007.com

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