

管理会计

CORNERSTONES OF MANAGERIAL ACCOUNTING 6E

第6版

会计学精选教材译丛

玛丽安娜·M.莫温 (Maryanne M. Mowen)

[美] 唐·R.汉森 (Don R. Hansen)

著

丹·L.海特格 (Dan L. Heitger)

王满 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



管理会计

CORNERSTONES OF MANAGERIAL ACCOUNTING 6E

会计学精选教材译丛

玛丽安娜·M. 莫温 (Maryanne M. Mowen)
〔美〕唐·R. 汉森 (Don R. Hansen) 著
丹·L. 海特格 (Dan L. Heitger)

王满 译

第6版



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记号 图字: 01-2015-4542

图书在版编目(CIP)数据

管理会计:第6版/(美)玛丽安娜·M.莫温(Maryanne M. Mowen), (美)唐·R.汉森(Don R. Hansen), (美)丹·L.海特格(Dan L. Heitger)著;王满译. —北京:北京大学出版社, 2017. 8

(会计学精选教材译丛)

ISBN 978-7-301-28667-8

I. ①管… II. ①玛… ②唐… ③丹… ④王… III. ①管理会计—高等学校—教材
IV. ①F234.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第197947号

Cornerstones of Managerial Accounting, sixth edition

Maryanne M. Mowen, Don R. Hansen, Dan L. Heitger

Copyright © 2016 by South Western, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. All rights reserved. 本书原版由圣智学习出版公司出版。版权所有, 盗印必究。

Peking University Press is authorized by Cengage Learning to publish, distribute and sell exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong SAR, Macao SAR and Taiwan). No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of Cengage Learning.

本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权北京大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

本书简体中文版由北京大学出版社和 Cengage Learning 出版公司于 2017 年出版发行。

本书封面贴有 Cengage Learning 防伪标签, 无标签者不得销售。

- | | |
|-------|--|
| 书 名 | 管理会计(第6版) |
| | GUANLI KUAIJI |
| 著作责任者 | 玛丽安娜·M. 莫温(Maryanne M. Mowen) 唐·R. 汉森(Don R. Hansen)
丹·L. 海特格(Dan L. Heitger)著 王满 译 |
| 责任编辑 | 黄炜婷 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-28667-8 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路205号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn QQ:552063295 |
| 电子信箱 | em@pup.cn QQ:552063295 |
| 新浪微博 | @北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书 |
| 电 话 | 邮购部62752015 发行部62750672 编辑部62752926 |
| 印刷者 | 北京大学印刷厂 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 787毫米×1092毫米 16开本 35.75印张 901千字 |
| | 2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷 |
| 印 数 | 0001—4000册 |
| 定 价 | 79.00元 |

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题, 请与出版部联系, 电话: 010-62756370

出版者序

作为一家致力于出版和传承经典、与国际接轨的大学出版社,北京大学出版社历来重视国际经典教材,尤其是经管类经典教材的引进和出版。自 2003 年起,我们与圣智、培生、麦格劳-希尔、约翰-威利等国际著名教育出版机构合作,精选并引进了一大批经济管理类的国际优秀教材。其中,很多图书已经改版多次,得到了广大读者的认可和好评,成为国内市面上的经典。例如,我们引进的世界上最流行的经济学教科书——曼昆的《经济学原理》,已经成为国内最受欢迎、使用面最广的经济学经典教材。

呈现在您面前的这套“引进版精选教材”,是主要面向国内经济管理类各专业本科生、研究生的教材系列。经过多年的沉淀和累积、吐故和纳新,这套教材在各方面正逐步趋于完善:在学科范围上,扩展为“经济学精选教材”“金融学精选教材”“国际商务精选教材”“管理学精选教材”“会计学精选教材”“营销学精选教材”“人力资源管理精选教材”七个子系列,每个子系列下又分为翻译版、英文影印/改编版和双语注释版。其中,翻译版以“译丛”的形式出版。在课程类型上,基本涵盖了经管类各专业的主修课程,并延伸到不少国内缺乏教材的前沿和分支领域;即便针对同一门课程,也有多本教材入选,或难易程度不同,或理论和实践各有侧重,从而为师生提供了更多的选择。同时,我们在出版形式上也进行了一些探索和创新。例如,为了满足国内双语教学的需要,我们改变了部分影印版图书之前的单纯影印形式,而是在此基础上,由资深授课教师根据该课程的

重点,添加重要术语和重要结论的中文注释,使之成为双语注释版。此次,我们更新了丛书的封面和开本,将其以全新的面貌呈现给广大读者。希望这些内容和形式上的改进,能够为教师授课和学生学习提供便利。

在本丛书的出版过程中,我们得到了国际教育出版机构同行们在版权方面的协助和教辅材料方面的支持。国内诸多著名高校的专家学者、一线教师,更是在繁重的教学和科研任务之余,为我们承担了图书的推荐、评审和翻译工作;正是每一位推荐者和评审者的国际化视野和专业眼光,帮助我们书海拾慧,汇集了各学科的前沿和经典;正是每一位译者的全心投入和细致校译,保证了经典内容的准确传达和最佳呈现。此外,来自广大读者的反馈既是对我们莫大的肯定和鼓舞,也总能让我们找到提升的空间。本丛书凝聚了上述各方的心血和智慧,在此,谨对他们的热忱帮助和卓越贡献深表谢意!

“千淘万漉虽辛苦,吹尽狂沙始到金。”在图书市场竞争日趋激烈的今天,北京大学出版社始终秉承“教材优先,学术为本”的宗旨,把精品教材的建设作为一项长期的事业。尽管其中会有探索,有坚持,有舍弃,但我们深信,经典必将长远传承,并历久弥新。我们的事业也需要您的热情参与!在此,诚邀各位专家学者和一线教师为我们推荐优秀的经济管理图书(em@pup.cn),并期待来自广大读者的批评和建议。您的需要始终是我们为之努力的目标方向,您的支持是激励我们不断前行的动力源泉!让我们共同引进经典,传播智慧,为提升中国经济管理教育的国际化水平做出贡献!

北京大学出版社
经济与管理图书事业部

译者序

本书作者玛丽安娜·M. 莫温,唐·R. 汉森和丹·L. 海特格分别是拥有经济学、数学教育背景及会计实务经验的会计学教授,他们合著的《管理会计》(第6版),注重跨学科知识的融合、理论与实务的融合,是适用于本科生和 MBA 教学的优秀教材。

本书以企业管理的视角对管理会计课程的内容进行了较为深入和系统的阐述,并设置了众多的栏目以引导读者阅读并激发其学习兴趣。例如,每章以“管理决策”案例引出所要探讨的内容;通过“由你做主”提出需要读者思考和解决的问题;重点和难点内容均配有“案例解析”;每章均以大量的“演练”系统地梳理知识点,对管理会计的技术方法进行操作练习;在“道德决策”中将职业道德有机地融入管理会计的决策;特别是“Kicker 管理实践”贯穿全书的始终,有助于读者形成并理解完整的管理会计理论和应用体系。

本书在每章后均列示了学习目标、重要公式、关键术语、问题回顾;配有大量的讨论题、多项选择题、基础练习题、问题、案例。这些内容不但使学习者可以巩固已学的知识,增强对管理会计这门应用学科的感性认识,而且可以极大地提高学习者发现问题、分析问题和解决问题的能力。

原书内容设为 16 章,分别是管理会计概述,管理会计基本概念,成本性态,本量利分析,分批成本法,分步成本法,作业成本法和作业管理,吸收成本法、变动成本法与存货管理,利润规划,标准成本法,弹性预算和制造费用分析,绩效评估和分权制,短期经营决策,资本投资决策,现金流量表以及财务报表分析。在翻译过程中,译者结合我国财经类专业的课程体系,只保留了前 14 章的内容,以突出管理会计的核心内容。

本书不仅可以作为教材,深化管理会计的理论教学,还可以作为广大会计与经营管理者在实际工作中的参考资料。本书所设计的各栏目,紧密结合国外企业的实际运作情况,可以使读者从国外管理会计的理论和实务中汲取有益的管理思路与方法,并应用到我国企业的管理实践中。

本书第4、5、6、10、11、14章由王满翻译;第1、2、3、7、8、9、12、13章的初稿由马林芳、曲洪策、马影、白鸽、王越、刘璐、王梦环、赵欣然翻译,王满予以修改完善;最后,王满对全书进行总纂。

在翻译过程中,译者力求忠于原文,努力做到信、达、雅,但囿于水平有限,文中难免有不妥和错误之处,敬请读者不吝指正。

王满

2017年2月于东北财经大学师道斋

教学支持服务

圣智学习出版集团 (Cengage Learning) 作为为终身教育提供全方位信息服务的全球知名教育出版集团, 为秉承其在全球对教材产品的一贯教学支持服务, 将为采用其教材图书的每位老师提供教学辅助资料。任何一位通过Cengage Learning北京代表处注册的老师都可直接下载所有在线提供的、全球最为丰富的教学辅助资料, 包括教师用书、PPT、习题库等。

鉴于部分资源仅适用于老师教学使用, 烦请索取的老师配合填写如下情况说明表。

教学辅助资料索取证明

兹证明_____大学_____系/院_____学年(学期)开设的_____名学生
☐主修 ☐选修的_____课程, 采用如下教材作为☐主要教材 或 ☐参考教材:
书名: _____
作者: _____ ☐英文影印版 ☐中文翻译版
出版社: _____
学生类型: ☐本科1/2年级 ☐本科3/4年级 ☐研究生 ☐MBA ☐EMBA ☐在职培训
任课教师姓名: _____
职称/职务: _____
电话: _____
E-mail: _____
通信地址: _____
邮编: _____
对本教材的建议: _____

系/院主任: _____ (签字)
_____(系/院办公室章)
_____年_____月_____日

*相关教辅资源事宜敬请联络圣智学习出版集团北京代表处。



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

经济与管理图书事业部

北京市海淀区成府路205号 100871

联系人: 徐冰

电话: 010-62767312 / 62767348

传真: 010-62556201

电子邮件: em@pup.pku.edu.cn

shm@pup.pku.edu.cn

网址: http://www.pup.cn



CENGAGE
Learning

Cengage Learning Beijing Office

圣智学习出版集团北京代表处

北京市海淀区科学院南路2号融科资讯中心C座南楼1201室

Tel: (8610) 8286 2095 / 96 / 97 Fax: (8610) 8286 2089

E-mail: asia.infochina@cengage.com

www.cengageasia.com

目录

第1章 管理会计概述	1
1.1 管理会计的含义	2
1.2 财务会计和管理会计	5
1.3 管理会计的当前焦点	6
1.4 管理会计师的角色	10
1.5 管理会计和道德行为	13
1.6 证书	17
第2章 管理会计基本概念	23
2.1 成本的含义和作用	24
2.2 产品和服务的成本	29
2.3 编制利润表	35
第3章 成本性态	58
3.1 成本性态基础	59
3.2 混合成本和阶梯式成本	65
3.3 混合成本的分解	67
3.4 使用回归程序	79
第4章 本量利分析：管理规划的工具	96
4.1 保本点的销售量与销售额	97
4.2 实现目标利润的销售量与销售额	105
4.3 本量利关系的图形表示	108
4.4 本量利分析中各变量间的关系	112
4.5 多品种产品分析	113
4.6 本量利分析和风险与不确定性	118
第5章 分批成本法	143
5.1 产品分批生产的环境特点	144
5.2 标准成本计算及制造费用的分配	145

5.3	依据原始凭证,记录各批产品成本	154
5.4	账户间的成本流转	157
5.5	分批成本法下的日记账	166
5.6	辅助部门成本分配	168
第6章	分步成本法	196
6.1	分步生产的特征	197
6.2	在产品存货对分步成本法的影响	201
6.3	加权平均成本法	205
6.4	多种投入和多部门生产	211
6.5	生产报告——先进先出法	215
第7章	作业成本法和作业管理	236
7.1	功能成本会计系统的局限	237
7.2	作业成本法	246
7.3	客户作业成本法和供应商作业成本法	251
7.4	流程价值分析	256
第8章	吸收成本法、变动成本法与存货管理	287
8.1	运用变动利润表和吸收利润表衡量利润中心的绩效	288
8.2	变动成本法下分部利润表	294
8.3	存货管理的决策制定	297
第9章	利润规划	320
9.1	预算概述	321
9.2	编制经营预算	324
9.3	编制财务预算	334
9.4	使用预算进行业绩评价	342
第10章	标准成本法:一种管理控制工具	361
10.1	单位标准	362
10.2	标准产品成本	366
10.3	差异分析:总述	368
10.4	差异分析:材料	371
10.5	差异分析:直接人工	376
10.6	差异的会计核算	380
第11章	弹性预算和制造费用分析	397
11.1	使用预算进行绩效评价	398
11.2	变动制造费用分析	404
11.3	固定制造费用分析	409
11.4	作业预算	413

第 12 章 绩效评估和分权制	437
12.1 分权制和责任中心	437
12.2 以投资报酬率衡量投资中心的绩效	442
12.3 以剩余收益和经济增加值衡量投资中心的绩效	448
12.4 转移定价	452
12.5 平衡计分卡：基础概念	456
第 13 章 短期经营决策：相关成本	480
13.1 短期决策	481
13.2 相关成本的常见应用	488
13.3 产品组合决策	501
13.4 成本在定价决策中的使用	503
第 14 章 资本投资决策	522
14.1 资本投资决策的类型	523
14.2 非折现模型：回收期 and 会计收益率	524
14.3 折现模型：净现值	528
14.4 折现模型：内部收益率	532
14.5 资本项目的事后审计	535
14.6 互斥项目	537
14.7 现值概念	542

第 1 章

管理会计概述

管理决策

BuyCostumes. com

管理会计最大的优势同时也是其最大的挑战——提供给管理者有用的信息,以改善管理决策和创造组织价值。管理会计信息有助于管理者了解各种战略和经营决策对关键的非财务绩效指标以及对组织财务绩效的最终影响。对这些信息的编制和分析极具挑战性,因为这需要相关人员充分理解影响组织的价值链上的各个环节,包括研发、生产、营销、配送和客户服务等。

BuyCostumes. com 自 1999 年成立以来,就已经将准确的管理会计信息和创新的商业模式融合到一起,在 50 多个国家为消费者制作节日服装。BuyCostumes. com 依托于互联网和新颖的营销创意,服务于拥有 1.5 亿美国消费者的目标市场,这些消费者每年在戏服上的消费总额达 36 亿美元。

据 BuyCostumes. com 首席执行官 Jalem Getz 透露, BuyCostumes. com 通过计量关键绩效指标来指导其决策的制定。例如,管理会计师分析消费者满意度、每种运送方式下从订单接受至服装送达的平均时间、各种客户类型的盈利性等指标。伴随着消费者偏好的改变、竞争者的出现、技术的不断进步, BuyCostumes. com 的管理会计信息可以有效地洞察公司绩效,并指出应如何完善公司战略以稳固其最大网络戏服零售商的地位。

1.1 管理会计的含义

管理会计意味着什么?简单来讲,管理会计(**management accounting**)就是为公司内部的使用者提供会计信息。它是公司的内部会计系统,主要是为了满足管理者的信息需要。与财务会计不同,管理会计并不受任何正式规章制度如公认会计准则(**generally accepted accounting principles, GAAP**)的约束。通常来讲,管理会计有三个广义目标:①提供信息以计划组织行为;②提供信息以控制组织行为;③提供信息以制定有效的决策。

本书引用营利性和非营利性公司的最新案例,来解释制造业(如飞机制造商——波音)、商品流通业(如服装零售商——美国鹰)和服务业(如健康保健提供者——克利夫兰诊所、网络零售商——亚马逊)是如何运用管理会计信息和概念的。处于各类岗位的人员,从公司的董事长到平面设计师再到医院主任均可以在扎实地掌握管理会计基本概念和充分运用管理会计信息进行计划、控制和决策的基础上,不断提升自身的管理技能。

目前,很多公司向社会公众(如供应商、政府、雇员、人权组织、环保团体、消费者等)披露大量的管理会计信息,这些信息以前要么不存在,要么仅在内部披露。一般来说,管理会计信息会以选择性报告的形式发布,如星巴克和麦当劳的持续性发展报告、苹果和金吉达的社会责任报告、通用电气的公民报告等。公司之所以会发布这些报告,是因为亲自编制并发布这些信息,而不是由网络博客、报纸、有线电视和新闻网来预测并发布这些信息,能有效地管理公司声誉。行业领导型企业(如百事可乐、诺和诺德、英国电信)甚至将其可持续发展报告和年度报告相结合,最终形成一份整合报告,其既涵盖传统的财务会计信息又涵盖管理会计信息。^① 管理会计信息的重要性在全球范围内与日俱增是令人激动的现实。因此,对具备创新、理解、使用和交流管理会计信息的能力的业务人员的需求也在持续增加。

1.1.1 管理者和其他使用者的信息需求

管理会计信息受到各方的广泛需求,尤其是管理者和被授权的员工需要综合、最新的会计信息来进行下列活动:①计划;②控制;③决策。

1.1.2 计划

为了实现某一特定目标而制定详细的行为规划这一管理活动被称之为计划(**plan-**

① 如要获得关于持续性会计未来的深入研究,请参见 Robert Eccles and Michael Krzus, *One Report: Integrated Reporting for a Sustainable Strategy* (John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, NJ: 2010) 或 Brian Ballou, Dan Heitger, and Chuck Landes, "Accounting for the Sustainability Cycle", 2013, available from the American Institute of Certified Public Accountants' website: www.aicpa.org/insterestareas/frc/assuranceadvisoryservices/downloadabledocuments/sustainability/whitepaper_accounting_for_the_sustainability_cycle.pdf

ning)。计划要求制定目标并寻找出实现这些目标的方法。例如,一家公司可能制定通过全面提高产品质量来实现其增强短期和长期盈利能力的目标。21 世纪初期,戴姆勒-克莱斯勒极力改善克莱斯勒汽车的质量和盈利能力,而在当时克莱斯勒的质量已经超过了梅赛德斯-奔驰(其也为戴姆勒-克莱斯勒所拥有)的质量。戴姆勒-克莱斯勒拟通过提高产品质量,以降低废品率和返工率,减少消费者诉讼和维修,节省用于检测的资源等,进而提升其盈利能力。管理层为了获取这些益处,必须寻找特定的方法并加以实施,从而实现预期目标。例如,一位工厂经理可能实施供应商评估项目,以便识别和挑选出愿意并且能够提供零缺陷零件的供应商。被授权的员工能够识别出产品缺陷的成因,并创造新的生产方法降低废品率、返工率及检测的需要。因此,有必要在管理会计教材中详细、清楚地介绍这些新方法。

1.1.3 控制

计划只是成功的一半。一旦计划被制订了,就必须加以执行,并由经理和员工监控执行过程,以确保其按原计划执行。对整个计划过程的监督,并在必要时采取正确的措施这一管理活动被称之为控制(**controlling**)。通常通过对比实际业绩和预期业绩来完成控制过程,从中得到的信息可以用来评估或纠正执行计划的步骤。根据反馈结果,经理(员工)可以决定让计划继续执行,或是采取某种正确的措施修正行为以保持其与原计划一致,或是在中途修订计划。

服务于计划和控制目的的管理会计信息既可以是财务信息,也可以是非财务信息。例如,Duffy Tool and Stamping 通过重新设计压力机的操作过程,每年节省了 14 300 美元。^① 在生产车间,完工的零件(由压力机制造的)经过斜槽,最终滑落到零件桶中。当零件桶装满零件之后,压力机的操作员必须停止操作,而仓库人员将零件桶搬走并重新摆放好空桶。工人重新设计了这一操作过程,使得每一个压力机的斜槽有两个分支,每一个分支通向不同的零件桶。当一个桶装满零件时,就改变零件的输出路线,使之流向另一个桶。节省下来的 14 300 美元是对该成功设计的财务计量。此外,这一设计也消除了机器的停工期,并增加了零件的小时产量(经营过程的反馈),这是其带来的非财务业绩。两个角度的计量结果都传达了重要的信息。一般来说,财务与非财务反馈都是通过对比实际数据与预期数据或其他标杆数据的业绩报告形式传达给经理人的。

1.1.4 决策

在相互竞争的可替代性方案中做出选择的过程被称为决策(**decision making**)。决策的管理功能与计划和控制相互交织在一起,因为假若没有在可替代的选择中做出决策,经理就无法成功计划或控制组织的活动。例如,假如宝马公司考虑生产依靠汽油和

① George F. Hanks, "Excellence Team in Action", *Management Accounting* (February 1995): 35.

氢气运行的汽车,若能及时收集可替代性选择(如汽油、氢气,以及这两种汽车燃料的混合)的信息并传达给管理层,其最终的决策效果会有所提高。管理会计信息系统最重要的作用之一在于提供有助于决策的信息。

由你做主

管理会计信息的构成要素有哪些?

你是 Costco 公司的主管,现要决定公司是否继续将卢旺达作为其优质咖啡原料的购进地。

当你考虑如何才能更好地构建和分析这项重要的长期战略决策时,你需要什么类型的信息?在决策的制定过程中,你预期会面临什么样的挑战?

弄清管理会计信息的构成变得日益重要,因为组织必须制定决策,包括其行为的全球后果,以及其对消息灵通并强大的、数量不断增加的利益相关者的影响。利益相关者包括消费者、供应商、雇员、管制者、政府官员、立法者以及当地社区成员。一般来说,管理会计信息本质上可以是财务信息(如销售收入或是销售成本),也可以是非财务信息(如质量缺陷的数量,或者是为了配合人权政策而被调查的制造车间的占比)。管理会计最令人兴奋同时也最艰巨的任务在于其能够对任何事情加以计量,因为假设我们拥有资源、信息技术和创造力可以捕捉到所需要的绩效指标。

作为 Costco 的主管,你可能考虑计量的第一个非财务因素是卢旺达咖啡的质量,以确保 Costco 战略目标的实现——通过向消费者提供最优质的咖啡来创造企业的竞争优势。质量可以通过咖啡豆的口感、保质期或者其他对消费者有价值的因素来定义。其他重要的非财务绩效指标可能包括所需的运输时间(将收割的咖啡豆从卢旺达运送至北美的 Costco 店),以及卢旺达当地农耕劳动力的现状,这对于成功维持从卢旺达农场至 Costco 消费者的长期供应链至关重要。

好市多的消费者购买到优质咖啡的重要性是需要计量的重要财务指标之一,这可以通过消费者愿意为卢旺达咖啡所付出的额外价格(高于普通质量咖啡价格的部分)来计量。其他的财务指标可能包括收割、验收和运送咖啡豆的成本,以及对卢旺达农场的投资(如基础设施和学校),这是为了保证未来能持续这种关系。

最后,你应该考虑重要的利益相关者如何感知将卢旺达继续作为优质咖啡的原料购进地的决策,这些利益相关者包括购买咖啡的消费者、提供咖啡豆的供应商,以及制定美国和卢旺达两国贸易政策的政府官员。准确计量利益相关者对这项决策的感知度是很困难的,因为这需要管理会计发明出新的计量指标,寻找出这些指标的数据来源,并估计收集到的指标的准确度。

管理会计通过提供创新、准确和及时的绩效指标来辅助主管制定决策,这可以改善组织的关键决策,进而创造出重要的竞争优势。

1.2 财务会计和管理会计

会计信息系统可分为两个基本类型：财务会计和管理会计。

1.2.1 财务会计

财务会计(financial accounting)主要是为外部使用者提供生产信息(财务报表)。外部使用者包括投资者、债权人、消费者、供应商、政府机构(美国食品药品监督管理局、联邦通信委员会等)以及工会。这些信息是历史导向的,能用来辅助投资决策的制定、评估受托责任的履行情况、监控经济活动并采取监管措施。财务报表必须符合由许多机构制定的准则和惯例,如证券监督委员会(SEC)、财务会计准则委员会(FASB)、国际会计准则委员会(IASB)。这些准则规定了收入的确认原则,费用的确认时点,资产、负债和所有者权益的记录等问题。

1.2.2 管理会计

管理会计信息系统为内部使用者,如管理层、决策层和普通员工等提供信息。因此,管理会计又可以恰当地被称为内部会计(internal accounting);相应地,财务会计也可以被称为外部会计(external accounting)。具体来说,管理会计能识别、收集、计量、分类和报告财务与非财务信息,这些信息有助于内部使用者的计划、控制和决策。

1.2.3 财务会计和管理会计的比较

财务会计和管理会计之间存在一些差异,图表1-1总结了两者间的主要差异。

图表 1-1 财务会计与管理会计的比较

财务会计	管理会计
● 以外部为焦点 ● 必须遵守外部强制性的规则 ● 客观的财务信息 ● 以历史为导向 ● 关于公司整体的信息 ● 更为独立	● 以内部为焦点 ● 无强制性的规则 ● 财务和非财务信息;可以有主观的信息 ● 强调未来 ● 基于非常详细的信息进行精细的内部评估和决策 ● 广泛,多种学科相互交叉

- 目标使用者:管理会计致力于为内部使用者提供信息,而财务会计致力于为外部使用者提供信息。
- 信息输入和处理的限制:管理会计不受由 SEC 和 FASB 制定的公认会计准则

(GAAP)的约束限制,而财务会计却与之相反。财务会计的输入和处理过程是有明确定义的,经济事项的信息输入和处理必须按照公认的方法进行。不像财务会计,管理会计不存在官方机构来规定其形式、内容、信息输入和处理的规则,以及编制报告的规则。

- 信息类型:财务会计披露的财务信息要求具备客观性和真实性。而管理会计产生的信息既可以是财务信息,也可以是非财务信息,并且在本质上更加主观。

- 时间定位:财务会计是面向历史的(像汽车的后视镜一样),它记录和报告已经发生的事项。虽然管理会计也记录和报告已经发生的事项,但是它更强调提供关于未来事件的信息(像汽车的前挡风玻璃一样)。例如,管理层可能想要知道明年生产某种产品的成本是多少。这种关注未来的导向对计划和决策是十分必要的。

- 整体程度:管理会计提供的指标和内部报告用来评估整体、生产线、部门和管理层的业绩,这本质上需要并提供更为详细的信息。财务会计着眼于全公司的业绩,站在一个较为整体的视角看待问题。

- 范围:管理会计的范围比财务会计要广,它包含了管理经济学、工业工程学、管理科学以及其他领域的学科。

会计信息系统应该既能提供财务会计信息,也能提供管理会计信息。其关键点在于自身的灵活性——系统应根据不同的目的来提供不同类型的信息。

1.3 管理会计的当前焦点

在过去的几十年里,企业的经营环境发生了巨大变化。例如,生产技术的不断提高、互联网的普及、市场在全世界范围内的开放程度不断扩大、竞争压力与日俱增、战略复杂性日益增加(如麦当劳和迪士尼之间为了促销搭售而结成联盟),以及生产经营复杂度的逐步增加,这些结合到一起便构成了全球的商业环境。为了提供能改善企业计划、控制和决策等管理活动的信息,有效的管理会计信息系统也应随之改变。管理会计应用已经给企业的某些方面带来了先进的理念,包括找出估计产品和服务成本及盈利性的新方法、理解客户导向的含义、从跨功能视角评估企业,以及提供有助于完善全面质量管理的信息等。

1.3.1 产品和服务成本计算的新方法

当今企业需要有关它们所生产产品和服务的精确成本信息。过去,企业可能生产大致相似的几种产品,仅仅在产品的原材料和劳动力成本等方面存在不同,所以,能够相对容易地计算出每一种产品的单位成本。现在,随着生产技术的提高和自动化的运用,生成管理层需要的成本信息变得越来越困难。正如在国际上享有盛誉的管理大师彼得·德鲁克(Peter Drucker)所言:

制造业中的传统成本会计并没有记录非生产成本,如质量缺陷、机器故障、零件