

大数据时代下的 财务管理分析



◎ 潘栋梁 著
于新茹

DASHUJU SHIDAI XIA
DE CAIWU GUANLI FENXI



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS
WWW.NNUP.CS36

东北师范大学出版社

大数据时代下的 财务管理分析

■ 潘栋梁 于新茹 著



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS

WWW.NNUP.COM

东北师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

大数据时代下的财务管理分析 / 潘栋梁, 于新茹著.
-- 长春: 东北师范大学出版社, 2017.5
ISBN 978-7-5681-3124-7

I. ①大… II. ①潘… ②于… III. ①财务管理
IV. ①F275

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 111452 号

责任编辑: 于天娇

封面设计: 优盛文化

责任校对: 肖 茜

责任印制: 张允豪

东北师范大学出版社出版发行
长春市净月经济开发区金宝街 118 号 (邮政编码: 130117)

销售热线: 0431-84568036

传真: 0431-84568036

网址: <http://www.nenup.com>

电子函件: sdcbs@mail.jl.cn

河北优盛文化传播有限公司装帧排版

北京一鑫印务有限责任公司

2017 年 9 月第 1 版 2017 年 9 月第 1 次印刷

幅画尺寸: 170mm×240mm 印张: 14.75 字数: 269 千

定价: 48.00 元



随着大数据、云计算、互联网等信息技术的兴起与发展，社交媒体、虚拟服务等在经济、生活、社会等各个方面的渗透不断加深。伴随而来的是，数据正在以前所未有的速度递增，全球快速迈入大数据时代。舍恩伯格在《大数据时代》一书中指出：“数据已经成为一种商业资本，一项重要的经济投入，可以创造新的经济利益。事实上，一旦思维转变过来，数据就能够被巧妙地用来激发新产品和新型服务”。

大数据是中国经济新常态下创新驱动的发动机和产业转型的助推器，带动了技术研发体系创新、管理方式变革、商业模式创新和产业价值链体系重构，推动了跨领域、跨行业的数据融合和协同创新。如何挖掘蕴藏在数据背后的宝贵信息，从而让财务数据开口“说话”，为企业管理者经营决策提供科学依据，是当下很多企业面对财务大数据需要进行攻坚的难题。

这是一个信息化的时代，云计算正如火如荼，大数据概念又横空出世。与云计算类似，大数据起于信息化，兴于移动互联网、物联网以及社交网络等。究其本质，大数据与其说是一门技术，还不如说是新环境之下海量数据价值发挥的一种方法。传统企业的财务管理就可利用这种方法，进一步发挥作用。

从企业财务管理的角度分析，大数据为财务人员从“数豆者”向管理会计转型提供了机遇。此前，财务人员通过对数据的分析为管理者提供决策的依据。然而，基于财务报表的数据分析只能为管理者提供有限的信息。

大数据时代，企业所面对的数据范围越来越宽、数据之间的因果关系链更完整。以数据体量巨大、类型繁多、处理速度快、精准度高为显著特征的大数据技术能够帮助财务管理者破解传统 Excel 分析难以应对的数据分析难题。

透过那些看似普通的数据，财务管理者可以在数据分析过程中更全面地了解企业的现状及问题，更及时地评价企业的财务状况和经营成果，从而揭示经营活动中存在的矛盾和问题，为改善经营管理提供方向和线索。

在企业中，财务的一个重要功能就是对业务起到参谋作用，而大数据会进一步提高企业财务的自动化水平，传统的核算均可实现自动化操作，这将促使财务部门

有更多的精力去洞察业务的变化。在企业里，财务最讲究数据，财务管理人员在拿到数据后，凭借其专业敏感性，便能很快分析出业务的变化规律，进而提高对业务的洞察力，财务对业务的支撑作用更加明显，对企业整个业务发展的影响力也会进一步加大。在企业管理领域的相关专业里，财务是最需要通过数据来说话的，同时，财务部门也是企业部门里融合信息最综合的。

大数据对财务的影响将是深远的，如果大数据被企业运用得很透的话，它会促使企业财务部门的地位在公司中得到提高，财务对企业战略的影响力也会提高得更快。借助大数据技术，财务管理者能够有效改进财务管理的水平，压缩资金成本，为企业带来丰厚的利润。基于此，大数据为财务人员创造价值提供了难能可贵的机遇。

譬如，利用大数据技术对预计利润表中的产品销售收入进行穿透分析，财务管理者可以得到不同时期、不同产品类别等不同分类标准的明细数据情况，通过企业的实际数据和预算数据的对比，并在此基础上为企业未来的经营设计一套最佳管理方案，可以实现企业资源的“最佳分配”、获取未来业绩的“最大回报”。

由此可见，大数据将财务人员的视野扩大至决策分析与支持、风险管理、信用管理、作业成本管理等重要的管理领域。再如，要判断某个客户的经营状况，光看其财务报表是不全面的，这就需要多渠道采集信息，综合反馈。此时，财务不仅仅要局限于所在部门，更需要“走出去”与业务部门打交道，获取多方数据后进行加工、整理和报告，体现财务部门在企业的价值。

大数据时代下，财务管理人员的职能已经从财务管理延伸到提升企业整体绩效，从而企业财务也要随之转型，即通过高效的财务流程对企业的现金流、资源配置、风险管控等进行管理，利用大数据等分析工具获得深度洞察，将资源更好配置在增长领域。大数据为企业管理提升创造了新的机遇，但是也带来诸多挑战。

大数据的使用需要企业能够打破业务条线和部门之间的数据区隔，从而全面分析处理企业内部的海量信息。就财务管理而言，当务之急则是需要将财务信息与业务信息高度集成，并在此基础上依托先进的信息处理平台进行分析，以支持决策。目前的问题是相对滞后的数据管理不利于为决策提供支持。企业的信息系统目前只能部分满足决策支持的需要，许多财务管理的构想都因滞后的信息化平台而无法完全实施。而有些企业已经开始致力于搭建基础数据平台，下决心将ERP从传统的会计核算系统改造成为有效的决策支持系统，贯彻大数据分析的思路，充分挖掘和使用一批管理数据和支撑数据。

大数据时代，企业应强调将新的理念应用于辅助决策及发现新的知识，更应强

调现有业务流程的优化。财务流程分为三种基本流程形式：一是财务战略流程；二是财务运营流程；三是财务保障流程。财务管理流程既是财务管理制度的具体表现形式，又是实现财务管理可视化和显性化的重要方式。大数据环境下，企业财务管理的决策数据和知识获取方式、决策参与者、决策组织和决策技术都发生了巨大改变。财务管理不再拘泥于财务数据，而应“跳出财务看财务”，把财务数据、业务数据与企业所在的市场环境等综合起来分析，并提出有洞察力的建议，以实现财务管理价值的提升。



第一章	财务管理	/	001
第一节	财务管理的概念	/	001
第二节	财务管理的目标	/	003
第三节	财务管理的环境	/	008
第四节	企业组织形式	/	015
第二章	财务管理的内容与职能	/	020
第一节	财务管理的内容	/	020
第二节	财务管理的职能	/	021
第三章	大数据时代的来临	/	024
第一节	大数据及大数据产业	/	025
第二节	大数据的内涵与发展	/	028
第三节	国内外企业应对大数据的战略	/	030
第四节	大数据在企业管理中的应用	/	033
第五节	大数据给企业带来的机遇与挑战	/	035
第四章	大数据对于财务管理的作用与影响分析	/	040
第一节	大数据时代对会计数据及会计工作的影响	/	041
第二节	大数据时代财务管理面临的挑战	/	046
第三节	大数据对企业竞争优势的影响	/	050
第四节	大数据对企业财务决策的影响	/	057
第五节	大数据时代对企业家定位的影响	/	076

第五章	大数据时代的企业定位分析	/ 088
第一节	大数据有利于挖掘市场潜力	/ 088
第二节	大数据对企业市场力量的影响	/ 090
第三节	大数据时代战略决策的优化	/ 095
第四节	大数据对企业战略决策的影响	/ 097
第六章	大数据时代的企业财务体系构建	/ 103
第一节	大数据环境下的决策变革	/ 103
第二节	财务管理体系应聚焦落实财务战略	/ 104
第三节	如何提升大数据时代的财务战略管理水平	/ 105
第七章	大数据时代企业投资决策的优化	/ 107
第一节	获取投资决策信息	/ 107
第二节	投资框架构建	/ 110
第三节	投资项目管理的强化	/ 112
第四节	集群融资方式的创新	/ 114
第八章	大数据时代企业风险的管理	/ 117
第一节	大数据时代对企业的帮助与指导	/ 117
第二节	大数据时代数据收集中风险的管控	/ 121
第三节	大数据时代财务风险预警和管理的新途径	/ 126
第四节	大数据时代企业有效全面的风险管理体系构建	/ 129
第九章	基于大数据财务预警模型的企业危机管理	/ 139
第一节	企业危机与企业舆情关系分析	/ 141
第二节	企业网络舆情的疏导	/ 147
第三节	企业危机管理的建议和措施	/ 149
第十章	大数据时代网络财务管理	/ 152
第一节	网络财务管理概述	/ 152
第二节	网络筹资管理	/ 155

第三节	网络投资管理	/	162
第四节	网络财务风险管理	/	167
第五节	网络运营资金管理	/	172
第十一章	商业模式、财务战略与企业价值关系的理论框架	/	182
第一节	财务视角商业模式研究	/	182
第二节	商业模式与投资战略	/	194
第三节	投资战略与筹资战略	/	197
第四节	财务战略决定企业价值的机理	/	199
第十二章	大数据时代企业财务管理案例分析	/	207
第一节	阿里巴巴整体上市	/	207
第二节	亚马逊价值链成本管控	/	212
结语		/	219
参考文献		/	221

第一章 财务管理

第一节 财务管理的概念

英文“finance”一词有财务、金融、财政、筹措资金、理财等许多含义，但都与“钱”的获取、运用和管理有关，即理财。通常，当涉及微观层面的内容时，人们习惯上称“finance”为财务，如公司财务、财务公司、财务状况、财务报表、财务决策等；而当涉及宏观层面的内容时，习惯上则称其为金融、财政，如金融市场、金融中心、金融中介、金融期货等。

财务管理是在一定的整体目标下，关于资产的购置（投资），资本的融通（筹资）和经营中现金流量（营运资金），以及利润分配的管理。财务管理是企业管理的一个组成部分，它是根据财经法规制度，按照财务管理的原则，组织企业财务活动，处理财务关系的一项经济管理活动。简单地说，财务管理是组织企业财务活动，处理财务关系的一项经济管理工作。

在现实经济社会，资源是稀缺、有限和多用途的，而钱又是最灵活的一种资源，因此绝大多数人都对钱感兴趣，都与钱打交道。概括地说，财务是一门涉及决定价值和制定决策的学科，其功能是配置资源。财务有三个主要方面：即公司财务管理、投资者的投资、金融市场与金融中介，它们从不同角度处理与理财有关的交易活动。

财务管理是财务的一部分，通过决策制定和适当的资源管理，在组织内部应用财务原理来创造并保持价值。从企业的角度看，财务管理就是对企业财务活动过程的管理。具体地说，就是对企业资金的筹集、投向、运用、分配以及相关财务活动的全面管理。其目的是有效地利用资源，以便实现企业的目标。

财务管理具有以下特点：

一、涉及面广

首先就企业内部而言，财务管理活动涉及企业生产、供应、销售等各个环节，企业内部各个部门与资金不发生联系的现象是不存在的。每个部门也都在合理使用资金、节约资金支出、提高资金使用率上，接受财务的指导，受到财务管理部门的监督和约束。同时，财务管理部門本身为企业生产管理、营销管理、质量管理、人力资源管理等活动提供及时、准确、完整、连续的基础资料。其次，现代企业的财务管理也涉及企业外部的各种关系。在市场经济条件下，企业在市场上进行融资、投资以及收益分配的过程中与各种利益主体发生着千丝万缕的联系。主要包括：企业与其股东之间，企业与其债权人之间，企业与政府之间，企业与金融机构之间，企业与其供应商之间，企业与其客户之间，企业与其内部职工之间等等。

二、综合性强

现代企业制度下的企业管理是一个由生产管理、营销管理、质量管理、技术管理、设备管理、人事管理、财务管理、物资管理等诸多子系统构成的复杂系统。诚然，其他管理都是从某一个方面并大多采用实物计量的方法，对企业在生产经营活动中的某一个部分实施组织、协调、控制，所产生的管理效果只能对企业生产经营的局部起到制约作用，不可能对整个企业的营运实施管理。财务管理则不同，作为一种价值管理，它包括筹资管理、投资管理、权益分配管理、成本管理等等，这是一项综合性强的经济管理活动。正因为是价值管理，所以财务管理通过资金的收付及流动的价值形态，可以及时全面地反映商品物资运行状况，并可以通过价值管理形态进行商品管理。也就是说，财务管理渗透在全部经营活动之中，涉及生产、供应、销售每个环节和人、财、物各个要素，所以抓企业内部管理以财务管理为突破口，通过价值管理来协调、促进、控制企业的生产经营活动。

三、灵敏度高

在现代企业制度下，企业成为面向市场的独立法人实体和市场竞争主体。企业经营目标为经济效益最大化，这是现代企业制度要求投入资本实现保值增值所决定的，也是社会主义现代化建设的根本要求所决定的。因为，企业要想生存，必须能以收抵支、到期偿债。企业要发展，必须扩大收入。收入增加意味着人、财、物相应增加，都将以资金流动的形式在企业财务上得到全面地反映，并对财务指标的完成产生重大影响。因此，财务管理是一切管理的基础、管理的中心。抓好财务

管理就是抓住了企业管理的牛鼻子，管理也就落到了实处。

财务管理不是简单地强调降低成本、费用和支出，不是账面利润的最大化，而是让企业实现价值的最大化的管理。

第二节 财务管理的目标

财务管理目标就是通常所说的理财目标，是指企业进行财务活动所要达到的根本目的，它决定着企业财务管理的基本方向。关于企业的财务管理目标，在财务理论界有不少提法，也一直存在一些争论。随着财务经济学的发展和企业管理实践的变革，财务管理的目标也在不断演化。本节着重介绍在理论和实践中具有广泛影响、并曾经被人们普遍接受或认同的三种主要观点，并对与财务管理目标相关的一些问题，如企业的社会责任、代理问题等做一简单的介绍。

一、利润最大化

利润最大化的观点，在经济学中根深蒂固，在理论和实践中具有相当广泛的影响。自亚当·斯密以来，经济学家就把人类行为界定为追求财富最大化，即假设人是具有理性的经济人，个人追求自身利益的最大化，而市场通过“看不见的手”机制自发协调经济运行。利润最大化是新古典经济学的基本假设之一，新古典经济学在分析微观个体的经济行为时，假设个人追求效用最大化，而厂商追求利润最大化。在完全竞争的市场中，当边际成本等于边际收益时，厂商就实现了利润最大化，而实现利润最大化的要素组合，就实现了资源的最优配置。因此，许多经济学家都以利润最大化来分析企业的行为和评价企业的业绩。经济学中的利润，指的是经济利润而非会计利润，而且是长期利润。

利润最大化曾经被认为是企业财务管理的正确目标。这种观点认为：利润代表企业新创造的财富，利润越多则企业财富增加越多。以利润最大化作为企业财务管理目标有其科学成分，企业追求利润最大化，就必须不断加强管理、降低成本、提高劳动生产率、提高资源利用效率。追求利润最大化反映了企业的本质动机，也为企业的经营管理提供了动力。同时，利润这个指标在实际应用中简单直观，容易理解和计算，经营收入减去经营成本就是利润，在一定程度上也反映了企业经营效果的好坏。

利润最大化观点在实际运用中存在以下缺陷：（1）利润最大化模糊不清。利润有

许多含义，例如是指会计利润还是经济利润，是短期利润的最大化还是长期利润的最大化。(2) 利润最大化忽略了所获货币的时间差异，即没有考虑货币的时间价值。(3) 利润最大化忽略了不同方案之间的风险差异，没有考虑所获利润应承担的风险问题。可能导致财务管理者不顾风险的大小而去追求更多利润。(4) 利润最大化中的利润，是一个绝对数，它没有反映出所获利润与投入资本额的关系。(5) 如果片面强调利润的增加，有可能诱使企业产生追求利润的短期行为，而忽视企业的长期发展。这在中国国有企业的经营绩效考核中尤为突出。

常有学者把每股收益最大化目标作为利润最大化的改进而提出来。然而，它也不是一个完全正确的公司目标。首先，它没有确定预期回报发生的时间或时期。其次，使用传统收益率，如投资收益率，没有考虑风险因素，并且没有考虑股利政策对股票每股市价的影响。如果公司的唯一目标是每股收益最大化，则公司将永远不支付股利，因为可以把收益留在公司内部，以投资于任何收益率为正的项目。

二、股东财富最大化

股份公司是现代企业的主要形式，其典型特征是所有权与经营权的分离。股东不直接参与企业的经营管理，而是委托给经营者，委托代理就成为一种普遍现象。根据现代委托代理理论，企业经营者应该最大限度地谋求股东或委托人的利益，而股东的利益是要增加投资回报，增加股东财富。因此，股东财富最大化这一目标就自然受到人们的关注。

股东作为企业的所有者，其财富就是他所持公司股票的市场价值。如果以未来一定时期归属股东权益的现金流量（如每股收益或每股红利），按所要求的最低收益率折为现值，可得到股东投资报酬的现值，这就是股东财富的具体体现。许多经济学家主张选择股东财富最大化作为企业财务管理的目标，理由如下：

1. 股东财富非常明确，它基于预期流向股东的未来现金流量，而不是模糊的利润或收入。

2. 股东财富明确地取决于未来现金流量的时间，股东财富最大化在一定程度上能克服企业在追求利润时的短期行为。因为不仅目前的利润会影响股票价格，预期未来的利润对企业股票价格也会产生重要影响。

3. 股东财富的计量过程考虑了风险因素，风险的高低会对股票价格产生重要影响。

4. 股东财富最大化目标比较容易量化，操作方便、简单。

股东的财富由其拥有的股票数量和股票的市场价格来决定。当股票价格达到最

高时，股东财富也就达到了最大。所以，股东财富最大化通常演变成公司股票价格最大化。

公司理财强调股票价格最大化的原因如下所述：

1. 股票价格在所有的衡量指标中最具有可观察性，能被用来判断一家上市公司的表现。与不经常更新的收益和销售不同，股票价格不断地更新以反映来自公司的最新消息。

2. 在一个理性的市场中，股票价格趋向于反映公司决策所带来的长期影响。与会计衡量指标不同，如收入、销售或市场份额，这些指标都只是着眼于公司决策对当前运作产生的影响，而股票的价值则是公司前景与长期状况的函数。在一个理性的市场中，就投资者而言，股票的价格趋向于反映它本身的价值。

3. 公司股票价格是所有市场参与者对公司价值判断的集中反映。公司股价受很多因素的影响，包括现在及可预期未来的每股收益、收益发生的时间安排、收益的期间和风险、公司的股利政策以及其他影响股价的因素。因此，公司的股价是公司经营情况的“晴雨表”，显示了公司的良好管理带给股东的利益。

4. 如果股东对公司管理业绩不满意，可以出售手中的股票。如果众多不满意公司管理的股东都出售持有的股票，该公司的股票价格就会下降。这样，管理者就将面临压力，就必须为改进公司的管理而努力，积极为股东创造价值。

以股东财富最大化作为公司财务管理目标的观点，具有十分广泛的影响，是目前国外理财学和财务管理教科书中提及最多的主流观点。虽然在理论上还存有争议，但股东财富最大化还是为越来越多的人所接受或认同。在实际中，也有许多大企业以股东财富最大化作为自己的追求目标。下面是一些著名公司设立的公司目标。

① CocaCola 公司在 1995 年年报中称：“我们只为一个原因而存在，那就是不断地将股东价值最大化。”

② Campbell Soup 公司在 1995 年年报中称：“我们的首要目标是增加股东的长期财富，以补偿他们的风险。”

③ Equifax 公司在 1995 年年报中称：“为股东创造价值是我们全部的经营和财务策略的目标。”

④ Georgia-Pacific 公司在 1995 年年报中称：“我们的任务永远是创造新的价值和增加股东财富。”

⑤ Transamerica 公司在 1995 年年报中称：“我们将继续增加公司全体股东的价值。”但强调股东财富最大化，也面临着以下问题。

(1) 只适合上市公司，对非上市公司很难适用；只强调股东利益，而忽视了其

他利益相关者的利益。

(2) 股票价格受多种因素的影响,非上市公司所能控制。在实行股票期权激励的公司中,可能会诱使管理层弄虚作假,千方百计抬高股价。

(3) 受雇的经营者可能因自身的利益而背离股东财富最大化的目标。

(4) 股东能够通过剥夺贷款人和其他权益所有者的财产而增加自己的财富。

(5) 强调股东财富最大化的公司可能为社会制造了大量的成本(负外部性),而这些成本却无法在公司的财务报表中反映出来。

三、企业价值最大化

企业价值最大化,又称公司价值最大化,是股东财富最大化的进一步演化。所谓公司价值,是指公司全部资产的市场价值。这里的企业价值有别于股东财富,是指通过经营者的经营管理,采用最优的财务政策(如资本结构决策和股利政策等),在考虑货币时间价值和风险的情况下,不断增加企业的财富,使企业的总价值达到最大。以企业价值最大化作为财务管理的目标,其优点与股东财富最大化相类似,其基本估价思想也一致。

在现代企业经营管理实践中,存在众多的企业“利益相关者”。那些受企业行为影响或可影响企业行为的任何个人、群体和组织,都是企业的利益相关者,包括顾客、供应商、竞争对手、政府、所有者、债权人、企业员工、社区等。企业与利益相关者的关系是客观存在的,没有了这种关系,企业也就不复存在了。现代企业理论中的利益相关者理论认为,公司的目标不是追求股东价值最大化,而是应满足各利益相关者的不同需求和利益。因此,企业的目标应该是追求企业的内在价值和长期价值。企业价值最大化目标,不仅考虑了股东的利益,还考虑了债权人、经理层、企业员工等利益主体的利益。

以企业价值最大化为目标的最大困难,就是企业价值的估价方法问题。目前理论上常用的价值评估方法有现金流量贴现法、超常收益贴现法、基于价格乘数的估计方法等,但对于用什么方法、折现因子和估价时期如何确定等问题,都还没有一个统一的标准或结论。

四、其他目标与企业的社会责任

(一) 其他目标

企业的财务管理目标,除了上述三个最大化目标外,还有不少其他提法,如经济效益最大化、市场份额最大化、产量最大化、收入最大化、社会利益最大化、就

业最大化、权益资本收益率最大化、成本最小化等。

在这些其他目标中，有的目标是股东财富最大化或企业价值最大化的中间目标（如市场份额最大化、产量最大化、收入最大化），而不是终极目标。中间目标与终极目标，有时一致，有时不一致；有的目标是政府企业或非营利组织的目标，如社会利益最大化、就业最大化、成本合理负担等。但这些目标可能缺乏经济效率，因为当稀缺的资源用于竞争性用途时，可能导致资源的错误配置；有的目标只是我国学者根据我国企业实际，针对上述三个目标的缺欠而提出的，不具有普遍意义。

（二）企业的社会责任

在探讨企业的管理目标时，企业如何处理与利益相关者的关系，是一个无法回避的问题。

在企业经营中，存在着与人性假设同等重要的假设：企业经营道德性假设。它是企业及其管理者持有的关于企业经营与伦理道德关系的假设，或者说是关于有效地处理企业与利益相关者关系的假设。其基本特征是道德经营以社会为前提：企业通过对社会做出贡献的方式谋求自身利益的最大化，企业在满足所有者利益的同时，还要考虑其他利益相关的利益；企业经营活动与社会的伦理规范有关，可以用社会的伦理规范来评价企业的经营活动；法律是最低限度的道德标准，企业应当按照高于法律要求的伦理规范从事经营活动。

支持企业道德经营假设的观点认为：企业是社会的一分子，是社会资源的受托管理者。同时，企业也使用、消耗大量的社会资源，如社会为企业提供了必不可少的法律及监管环境、公平竞争的市场环境、良好的公共基础设施、环境保护、经营管理所需要的各类人才等。因而，企业在谋求自身利益的同时，应该为增加社会福利做出贡献。而且，企业对社会有巨大的影响力，根据权责相符的原则，企业必须承担与此相称的社会责任。

企业与利益相关者存在着休戚与共的关系，只有考虑了利益相关者的利益，企业的利益才可能得到保障；由于存在着市场失灵（如不完全竞争、外部性、信息不对称），所有者利益最大化不一定能给社会带来最大的好处，而可能带来较大的负外部性（社会成本）；法律是人们必须共同遵守的最低行为规范，法律只规定什么是不应该做的，而没有指明什么是应该的、受鼓励的。社会是不断发展变化的，法律往往滞后于现实，仅仅守法不太可能激发员工的责任感、使命感，不太可能赢得顾客、供应商、政府、社区、社会公众的信赖和支持，也就不太可能取得卓越的发展。

股东财富或公司价值最大化并不意味着管理者可以忽视公司的社会责任，如保护消费者权益、向雇员支付薪金、保持公正的雇佣和安全的工作环境、支持职工教

育保护环境等。公司唯有承担社会责任而别无选择，股东的财富，甚至公司的生存都依赖于它所承担的社会责任。

强调企业的社会责任，并在此基础上追求企业的利益最大化，这是许多经济学家和管理学家所持的共同观点，也是当前国际上许多著名的大公司所奉行的理念之一。

五、值得注意的问题

在讨论企业的最大化财务管理目标时，必须注意如下几个问题：

1. 最大化目标的假设问题。任何一种理论或命题都有其严格的假设，否则就不一定成立。例如，利润最大化目标假设存在完全竞争的市场、人是理性的经济人；股东财富最大化目标假设管理者具有道德感，不会对社会或其他利益相关者带来负面的外部性，即社会成本可以忽略以及信息充分和市场有效等。

2. 最大化目标的可实现性问题。即企业的最大化目标在实际管理中能否真正实现；如果在某一时期实现了最大化目标，那么企业今后应该如何发展。

3. 总体目标还是具体目标问题。

4. 动态目标还是静态目标问题。

5. 长期目标还是短期目标问题。

第三节 财务管理的环境

环境是个相对的概念，它是相对于主体而言的客体。任何事物都是在一定的环境条件下存在和发展的，是一个与其环境相互作用、相互依存的系统，作为人类重要实践活动之一的财务管理活动也不例外。在财务管理活动中，财务管理主体需要不断地对财务管理环境进行审视和评估，并根据其所处的具体财务管理环境的特点，采取与之相适应的财务管理手段和管理方法，以实现财务管理的目标。因此，企业财务管理环境就是影响企业财务主体的财务机制运行的各种外部条件和因素的总和。不难看出，由于影响企业财务主体的财务机制运行的外部条件和因素错综复杂，且变幻莫测，因此，财务管理环境本身就构成了一个复杂多变的系统。

财务管理环境，或称理财环境，是指对企业财务活动和财务管理产生影响作用的企业内外各种条件的统称。环境构成了企业财务活动的客观条件。企业财务活动是在一定的环境下进行的，必然受到环境的影响。企业的资金的取得、运用和收益