

最新年度营运计划aop(汇总8篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。怎样写计划才更能起到其作用呢?计划应该怎么制定呢?那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好,我们一起来看一看吧。

年度营运计划aop篇一

2013年工作计划 人生的目标 ? 人生的目标尽管是一个老生常谈的话题,但它却是很现实的。?每一个人都有自己人生的目标,但又不尽相同。因此,几乎没有两个人的人生目标是一模一样的。?在我们的有生之年,时间对我们每一个人都是绝对公平的,不论性别、职位、贫富,我们度过的每一年都有365天,一天都有24个小时。不会因为你的职位高、财富多而多分得一点时间。?每个人在所拥有的时间里选择的“事件”,决定了他以后的生活质量。比如,在上学的年龄,您既可以选择好好学习,也可以选择逃学。在工作的时候,您既可以选择认真工作,也可以选择消极怠工。但是无论您选择的是什么,这些被选择的事件都会影响和决定你今后生活的质量。我会从最基本的坐起,争取挣到更多的金币 趁着年轻,多出去走走看看。读万卷书,不如行万里路,行万里路,不如阅人无数。

1□speed 迅速

2□smile 微笑

3□sincerity 真诚

4□smart 灵巧

销售服务是由

卓越的服最微小的一 件事开始 优美的包装

务来自卓越的服务

意识 优化的通道 优良的沟通 请注意！

有正确的服务态度 有整体的服务意识 有充分的准备工作

五步曲

旋律（理念）第一曲：“爱你在心口难开”（寒暄）

售中服务是销售交响乐的核心 第二曲：“用爱将心偷”

乐章。（了解背景）第三曲：“月亮代表我的心”

“文不离头，曲不离口，拳不

（产品介绍）

离手，优质销售服务不离头、第四曲：“感恩的新心” 口、
手、走。（处理异议）第五曲：“吻别”（促成交易）请牢
记这每个步骤！

程序就是力量！歌词大意（各项要点）

造

作

形体语言占55% 目光接触 过份夸张 语音语速占38%

谈对方开心话题

以貌取人 文字内容占7% 保持轻松、乐观 冷落顾客 恰如其分的夸奖 顾此失彼 导购员常犯的错误：特征推销 向顾客推销利益： 导购员黄金法则：我们卖的不是产品，而是产品带给顾客的利益——即产品能够满足顾客什么样的需要. 推销要点： 把商品的用法以及在设计、性能、质量、价格中最能激发顾客购买欲望的部分，用简短的话直截了当地表达出来。是不是适合我的情况？是不是可行的？如何运作？我的利益在哪里？需要我做什么？ a 适合性□ b 兼容性□ c 耐久性□ d 安全性□ e 舒适性□ f 简便性□ g 流行性□ h 效用性□ i 美观性□ j 便宜性□ f□特征 a□由这一特征所产生的优点 b□这一特点能带给顾客的利益 1) 强调产品价值 a 强调利益：强调产品带给顾客的利益和实惠 b 强调优点：通过对产品的详细分析，使顾客认识到花的钱是值得的 c 优势比较：当顾客将产品与其他厂家的同类产品价格作比较时，可突出自家产品所拥有的其他厂家产品不具备的优势。

顾客

成交 一个

1、强化商品优点；

2、弱化商品缺点；

1、顾客发泄

2、充分道歉，让顾客知道你已经了解了他的问题

3、收集信息

4、给出一个解决的方法

5、如果顾客仍不满意，问问他的意见

6、跟踪服务 无论顾客是表达不满，还是要求退货，在弄清来意后，首先一定要将他带离售点 谢谢观赏！ 9) 感性诉求法： 10) 最后机会成交法：

五、培养关联商品的销售意识 关联式销售的方法： 导购员应注意： 需强调三忌：

六、不同类型的顾客特征与应对策略

七、如何将商品的缺点转化为优点

二、针对“价格高的异议处理”六项策略； 2) 确定顾客类型，因人而异

3) 报价要明确、果断 5) 把价格说得看起来不高 6) 要促成顾客尽快交款

一、计划日期（1月1日-2月8日）巡查卖场员工及商户的文明行为

二、计划日期（1月1日-1月31日）市场调查及到兄弟门店学习

四、计划日期（1月20日-1月25日）

六、五、楼清场及商户搬迁，打扫清理垃圾，达到进场装修条件

六、计划日期（3月1日-3月5日）

六、五、楼商户进场准备，做好环境卫生

七、计划日期（2月28日-3月5日）

四、三、二、一—f1楼入场装修，打扫清理垃圾，达到进场装

修条件

八、计划日期（2月28日-3月5日）

四、三、二、一—f1楼入场装修，监督检查上下水、电、消防、等设施及进度质量

九、计划日期（4月5日-4月8日）

四、三、二、一—f1楼商户进场，做好卫生环境

十、计划日期（3月28日-3月30日）一楼清场，打扫清运垃圾达到进场装修条件 十

二、计划日期（1月8日-1月31日）写培训提纲 《导购服务》
《导购员培训》 十

四、计划时间（每周一次）股份公司视频会议及周例会 十

五、计划时间（不定时间）部门例会 在工作中遇到困难和压力,将怎样应对 对困难:

1、仔细分析困难，看是否能够自己独立解决，要是不能，寻找可借助的外力，如上司、同事、朋友、亲戚等。

2、正视困难，因为你是人不是神，不可能解决所有的困难，有些困难的确是无法解决的，此时不要将困难强行背起。

对压力:

人有压力才有进步，适当的压力是好的。

景

了

解 顾 客 背 景 资 料

用错误的方法做错误的事情：

有没有需要

冷落顾客，让顾客自己去想办法。

有没有购买能力 用错误的方法做正确的事情：销售 有没有
产品经验

名牌产品，却不了解顾客的需要和 动机的焦点在哪里 期望。
请注意！

抢话题

用正确的方法做正确的事情：顾客需要 服务方式 什么，我
们就要提供什么。对目标明确的顾客提供快捷服务 顾客期望
什么，我们就要满足什么。对目标模糊的顾客提供耐心服务
对没有目标的顾客提供准确信息 歌词大意（各项要点）旋律
（理念）

年度营运计划aop篇二

2014年营运部年度计划

总结2013年营运部在日常工作中存在的问题，仍然未得到合理完善的解决；人员管理方面、商品管理方面、卖场管理方面、部门沟通方面等问题。在2014年营运部全年工作计划当中必须想尽办法解决以上几点的问题，从细节入手，大事小事必躬亲，工作安排落实到人，优化每项工作的流程，不断自我完善和强化营运部的流程体系，提升工作效率，减少在工作中的失误，提升工作效率。人员管理方面：

1)加强员工的岗位培训，培植一个高素质、高效率、高水平的团队，加快新员工对千惠超市的认识与理解，统一全体员工的思想行为；为员工创造一种学习环境，力图在此环境中使员工的价值观、工作态度和工作行为得以改变，从而使他们能在现在或未来的工作岗位上的表现达到公司要求，并为公司创造更多的利益。

具体措施：

2)加强对店长管理的工作督导，商品管理方面：

1)加强对a类商品的管理，每月对a类商品的销售报表进行跟踪，确保a类商品卖场不缺货，发现a类商品缺货的时候马上与采购部进行沟通。

销商品，每月月底提交一份滞销商品给业务部参考解决。

3)对出现近期商品过多的品类进行跟踪，3)第一点：过期商品过多，第二点：报损商品过多，第三点：畅销商品缺货，滞销商品并未得到解决；第四点：残旧商品处理困难。

卖场管理方面：

部门沟通方面：

年度营运计划aop篇三

一、微信概况：

微信官方平台暂时没有推出适合微信公众平台推广的模式且禁止公众号做朋友圈集赞活动，所以微信商城目前属于较封闭的平台，需要商家线上线下的自主推广活动来导流吸引粉丝。

超级宝贝微信服务号运用口袋通搭建微商城，目前商城已经开通支付功能，具备微商城、微社区、会员管理、积管理、微杂志、每周群发信息、抽奖游戏、在线客服等营销功能。

二、微信定位：

微信平台的功能定位分为两个阶段：

第一阶段：吸粉，作为服务老客户的集结地。

引导粉丝分享参与微信互动，以提升用户体验，达到口碑传播的作用。

第二阶段：独立商城。

当微信平台的粉丝达到一定程度（行业以3000粉丝作为第一阶段的转折点），微信平台可以转化为独立商城进行推广运营，届时口袋通、腾讯微社区、微信官方等将接入推广引流的端口，如广点通等，微信商城将极具竞争力。

三、运营规划：

1、微信服务号运营组织架构

2、20__年下半年推广计划：

a□线下推广：

(1) 产品包装加入“超级宝贝服务卡”：制作精美的服务卡，温馨的卖家寄语，引导关注微信服务号，传达超级宝贝品牌对宝贝的细致关爱。

(2) 给代理商配备宣传物料：爆炸牌、吊牌等。

作用：

a□引导关注微信服务号，利用微信做好售后服务，取代400电话。

b□提升品牌形象和用户体验度。

年度营运计划aop篇四

2011年已经过去，在公司领导正确的带领、关心和帮助下，在各部门的大力配合下营运部基本完成了本年度的工作任务，回顾过去的一年，现将主要工作总结如下：

一、营运情况：

亚美大宁能源公司从2011年1月初停产，在经历了9个多月的停产、整合之后，9月中旬开始生产，从9月24日我公司开始营运。1月1日--1月11日运量5.751万吨，9月24日--12月31日运量47.0479万吨。本年度营运不足4个月，停运多达8个多月，全年发运137列，总运量52.7989万吨。

二、业务学习：

2011年8月，营运工作恢复在即，营运部新招聘7名员工，并

请济源车务段业务科派专业人员对营运部以及服务队所有员工进行了铁路运输安全和专业技能的培训。培训之后，营运部就培训内容对员工进行了考核，均取得较好成绩。

9月，营运部接济源车务段通知，选派牛武鹏、郑晋飞去济源参加“2011年度专用线企业运输员持证上岗学习班”，牛武鹏、郑晋飞通过考核后取得了专用线企业运输员上岗证。

三、制度制定：

及宿舍、值班室卫生制度。

营运部在恢复营运前，组织员工认真学习公司以及部门制度。恢复营运后，严格要求员工工作按照制度执行，保证营运工作的安全有序。营运部经理、副经理定期对员工的工作进行考核。

四、工作情况：

2011年1月营运10天后，铁路营运工作停止，9月24日恢复营运，因长时间未进行营运，营运部新招聘的7名员工之前又未接触过营运工作，恢复营运之初营运工作并不顺利，各种延时情况频繁发生。随着工作的开展，营运部与铁路各营运单位之间积极进行协商，新招聘的员工也逐渐熟悉工作流程，营运工作逐步进入正轨。

在2011年度的营运过程中，机车从装车站出发接空车回装车站的平均用时为158分钟。服务队大部分员工为新招聘，营运之初，锁固、平车以及与其他营运单位的配合不熟练，锁固、平车时间较长；车皮锁固平均用时为82分钟，平车平均用时为67分钟。因为装煤楼人员操作不熟练，煤仓内无煤以及设备故障的情况多次发生，导致装车时间较长；装车平均用时为138分钟。全年共发运7962节车皮，坏车皮总数为438节，坏车率为5.6%；坏车皮多，导致翻车次数多，全年共翻车102

次，总用时7742分钟，平均每次用时为75分钟。

新的一年已经开始了，我们要从过去的一年中总结经验，吸取教训，扬长避短，充分发挥自己的能量。

过去的一年，营运部的工作复杂繁琐，人员紧张，任务很紧，但我们全体人员共同努力完成任务。过去的一年，我们有汗水也有泪水，过去的一年，我们有付出也有回报。希望在未来的2012年自己能有更好的作为，与公司一起感受风雨感受阳光，与公司共同成长！

营运部二零一二年元月六日

年度营运计划aop篇五

甲方：

地址： 乙方： 地址：

甲乙双方经过友好协商，根据《_民法通则》和《_合同法》的有关规定，就甲方委托乙方（独家）合作招商运营甲方拥有的商业广场（以下简称该项目）事宜，在互惠互利的基础上达成以下协议，并承诺共同遵守。

第一条 合作方式和范围

平方米。

1. 委托工作事项

乙方以市场为依据按照甲方的要求制定具体的、可实施、可操作的营销及招商方案。

乙方在项目营销策划方案的指导下，制定具体的产品包装和

推广计划，拟定符合项目定位及经营的招租方案，为甲方提供项目营销及招商策划；在项目产品招商期间深入跟进项目营销及招商策略，组建招商团队，为甲方提供项目招商合作服务。

第二条 合作期限

1. 本合同招商合作期限为（

年 月 日—

年 月

日）。运营合作期限为（开业起

年 月 日—

年 月 日），合同到期后，如甲方或乙方提出终止本合同，则按本合同中合同终止

条款处理。

2. 在本合同有效合作期内，除非甲方或乙方违约，双方不得单方面终止本合同。

3. 在本合同有效合作期内，甲方不再为该项目指定其他合作商。

第三条 费用负担

1. 甲方提供本项目广告宣传及市场推广所需费用，相关方案由乙方研究后提交并经甲方审定后执行。

2. 甲方承担前期装修及设备费用，达到开业标准。

3. 免费提供乙方销售场地及相关办公设备和办公用品，配合乙方办理有关事宜。招商中心包装、营销管理费用如：办公文具耗材、水、电费、清洁、保安费，以及项目在宣传推广期间的广告设计、项目包装、公关活动、媒体投放等费用均由甲方负责，但乙方应节约合理的使用。如甲方有理由怀疑乙方未合理使用则一经证实，则合理支付外费用由乙方自行承担。

4. 具体招商运营工作人员的开支及日常支出由乙方负责支付。

5. 后期运营所需物业、管理等费用由乙方承担。

第四条 价格

商业物业招商价格由乙方根据市场情况提供合理的建议方案，由甲方签字确认后执行。

第五条 合作佣金

在合作期内，甲方根据乙方的业绩支付合作佣金，招商合作佣金支付：

1、合同签订之日起3天内，甲方支付乙方前期策划运营费用5万元。

第六条 合作佣金的结算及支付时间

1. 当经营者签订《商铺租赁合同》，并已付清租赁合同上所注明的第一期款项，则该单元视为成交，甲方应据以计算合作佣金支付乙方。

2. 甲乙双方均有指定专人负责相互联络工作，于每月作租赁面积之核对。

3. 佣金的结算时间为次月5日之前，乙方需向甲方详列结算账

目，结算金额按经营方签署之《商铺租赁合同》；甲方向乙方付清乙方应收之合作佣金。

4. 若有经营者在签署《意向书》并交纳保证金（指法律认可无须退还者）后违约，经营者在合作期内无法律诉讼或者诉讼后经判决所交定金归甲方所有，鉴于乙方已提供了招商工作，甲方同意向乙方支付相当于甲方所实际收取定金总额50%的佣金。甲、乙双方应本着“客户是上帝”的第一原则，充分与经营者协商，如与经营者协商退还定金的，则佣金不予计提。

5. 商业物业招商价格由乙方根据市场情况提供合理的建议方案，由甲方签字确认后执行。

第七条 甲方的责任

1. 甲方应向乙方提供以下文件和资料：（1）甲方营业执照副本复印件和银行帐户；

（2）甲方应提供有关部门对项目批准的有关证照（包括承租合同）；

（5）甲方正式委托乙方为该项目（独家）合作的委托书；

2. 负责保证本项目的合法性。负责向乙方提供所用有关本项目的法律批文副本或复印件，及所需详细资料，并保证一切资料具有合法性和准确性。

3. 负责上述宣传推销过程中一切合同文件的签署。

4. 甲方负责本项目的基础装修（包括吊顶、地面、空调、门面等），达到招商得装修标准。

5. 负责最后确认项目的图纸、面积、数据、建材设施和装修标准，并负责执行双方确定的有关招商配套硬件。

6. 甲方负责与经营者签订商铺租赁一切合同文件。
7. 及时支付乙方应得合作佣金。
8. 由甲方财务人员负责统一收取客户的保证金和全额租金。
9. 在合作期内收到乙方提供的意见时，五个工作日内就乙方意见做出答复，以甲方指定确认人签字或公司盖章形式认可为准。
10. 同意在本项目的宣传媒体及资料上印上乙方总合作字样并印刷乙方logo标志。

第八条 乙方的责任

1. 整个招商过程必须遵守_的有关法规。本合同所涉及的所有报告、意见分析、设计方案等服务均应以书面形式提交。
2. 合同一经签署，乙方正式派驻项目营销策划、招商管理人员进行项目的前期营销策划与部署工作。并按与甲方确定的工作时间流程（见附件二）开展工作。
3. 负责管理租赁表，组织招商工作，根据各阶段实际需要调配资源，乙方工作人员应详细记录广告效果及招商情况，每周按时向甲方提交进度表，以便双方根据实际情况及时调整策略。
4. 合作期内对项目周边相关商业进行市场跟踪调查，对竞争项目根据不同阶段进行跟踪分析，并确保每月提交一次市场动态分析报告。

年度营运计划aop篇六

在充满机遇、竞争、挑战、艰辛中与祥瑞香山缘共同度过了我2017。通过上级领导的帮助和指导，加上全体员工的合作与努力，在汗水和智慧的投入中，各方面得以有了新的发展。

盘点2017，有得有失，有关于公司竞争战略上的问题；关于以顾客服务为导向方面的问题；关于企业品牌价值认可的问题；关于顾客忠诚度管理方面的问题；还有居安思危、进军零售开店速度、整合零售营销传播方面的问题，更有岌岌可危的人力资源管理方面的问题，我经历了从无到有、从小到大的过程。可随着经济的发展和形势的变化，零售市场到处生根发芽，面对这种局面，我深知要完成角色转换，必须抓紧学习，从实际出发，加强调查研究，探求解决错综复杂问题的途径。对2017年的工作总结与计划如下：

一、销售业绩

2017下半年，我店共计实现651万元的销售业绩，日均客流量1647人，日均客单价元，全年中，12月份销售表现突出，占下半年销售份额的；生鲜鲜肉组从联营转为自营后销售达成最好，生鲜区销售业绩占门店业绩的40%。

下半年、销售业绩亮点主要体现在以下几个方面

一、企业无小事——由于对家家鲜报价策略不当导致新一佳业务全盘皆输。

由于佳佳鲜的生鲜运输业务量不大，总部一直未将其作为重点事务处理。从车辆组织、营运管理、甚至报价均由营运部负责。该部门在车辆运力组织上失当，对驾驶员的人品，服务意识缺乏考核、培训。出现了偷盗、驾驶员直接与客户接洽、操作主管与客户对应主管不和等完全失控局面。此情况直接影响了我们在新一佳的良好商业口碑。

由于我们在付出运价上居高不下，导致总体成本上升，给客户的报价水涨船高。加上家家鲜管理人员本身也不太熟悉物流业务，以简单的社会闲散车辆单价来对比我司车价，以我司的3吨容积19m³的车价对比吨容积11--13m³的车价。出于我们自身报价偏高、客户不当比对两因素，我们运价超高。

由于家家鲜的连带影响，我们先后丢掉了深圳配送、全国联采。而新一佳长沙的招投标也变得无比艰难。我们虽然以超低价得到了该业务，但事实上已完全没有利润。至此，我们由于一个小小的家家鲜业务连带损失了一个年营业额800万的项目。一句话概括“一着不慎、满盘皆输”。

二、执行力缺失就是企业的生命力的枯萎

由于历史的原因，公司团队人员的文化程度普遍不高。加之部分员工以前没有从业经验，特别是缺乏大公司工作经验。这让我们的管理和运营困难重重。一方面我们没有主动制作管理制度的意识、就是制定了也可操作性不强。而就算这些现有的简陋的管理制度，我们在运作中也很难看到制度的影子。

忽视培训和宣教。我们的操作团队对驾驶员、对基层员工、对供应商缺乏足够的培训和宣教。不能够以制度和流程来规范日常运作，减少管理者自身劳动量，一边腾出更多精力来处理与收发货人协调、整合资源、协调内部、开发客户、营运方案创新等更重要事务上来。我们的经理们更喜欢直接跳到矛盾的一线，与客户、与驾驶员、与供应商关系紧张。这一现象在身配、长配、联采中普遍存在。

懒惰和懒散。公司自xx年成立以来，市场部苑成文开发了飞利浦项目，除我之外没有任何人能够给公司开发到新的可持续性项目。大家都习惯于懒惰，没有去打江山的勇气和豪情。当我们缺失了打江山的豪情时，那我所能要求大家的，你起码要有守住家业的勤劳。

三、低成本是企业核心竞争力的主要构成

物流业务不同于其他高科技行业，谁的整合资源能力强、管理成本和财务成本低谁就能在招投标中笑到最后。11年我们通过各种渠道摸索，对各种车型的成本测算、运力资源渠道

应该是积累了经验。我们通过苏宁项目、戴尔项目作了尝试。明了与其他企业的差距有多大，知道了苏宁项目为什么会亏本。

年度营运计划aop篇七

一、__年单位重点工作：

1、深入开展学习实践科学发展观活动；认真学习中央、上级单位有关会议和文件精神；积极配合上级单位党建会议的召开，组织有关学习活动。

2、组建工作领导小组，集中精力，想法设法，调动一切有利因素做好博士点申报工作。

3、加强组织和教育，从严治考，扎实做好__年单位类招生工作。

4、加强对外交流，开展合作办学，积极推动对台合作与交流。

二、__年单位日常工作计划要点：

(一)精心组织理论学习，进一步加强单位党的建设

1. 结合单位实际，精心组织形式多样的学习活动，继续深入学习贯彻党的__大精神；按照上级单位党委的部署，深入开展学习实践科学发展观活动；紧跟形势，积极学习领会“两会”精髓，配合上级单位党建会议的召开，邀请校内外思政专家到单位讲座，提高教职工理论和思想水平，结合工作实际，将学习成果转化为工作动力，扎实推进单位各项工作的开展。

2. 认真贯彻落实第十六次全国高校党建工作会议精神，加强单位基层党组织建设。继续开展党支部工作“立项活动”；贯彻落实党员发展规划，切实做好青年大学生的党员发展工作。

3. 加强作风建设和廉政建设。加强单位领导干部作风建设;建立督促检查工作制度和党风廉政建设责任制;深入开展反腐倡廉建设。

4. 加强对党员的宗旨教育,使广大党员牢固树立正确的世界观、人生观、价值观,处处发挥党员先锋模范作用,在单位形成积极上进的氛围。单位在“七一”节进行单位单位优秀^v^员表彰活动。

(二)加强思想政治工作,扎实推进和谐单位建设

1. 做好安全稳定工作。增强安全意识,加强对师生安全教育的力度和强度;修订《单位单位突发公共事件应急预案》,提高应对突发公共事件和自然灾害的能力和水平;提高维稳意识,加强敏感时期的各项稳定工作。

2. 加强学生思想政治工作。进一步加强校园文化建设,积极开展内容丰富、受学生欢迎、有单位单位特色的各类文体活动;组织好大学生暑期“三下乡”等社会实践活动;加强对外合作交流,建立一些与单位长期合作的社会实践基地;加强单位勤工俭学和特困生服务工作;加强学生心理健康教育 and 咨询工作,培养学生良好的心理品质;加强学生校史、院史教育,辅导员、班主任、任课教师要与学生进行经常性的沟通与指导,培养学生爱校爱院的情感。

年度营运计划aop篇八

一、国有商业银行应用管理会计的重要性

(一)银行持续发展的必然选择

在信息和管理现代化的今天,营造持续性竞争优势是银行经营管理的重要目标之一。而银行竞争优势在于信息技术的运用、计算机技术的运用、投资决策的智慧。为了从容应对竞

争，获得持续性的竞争优势，各银行迫切需要改进管理方法，摆脱旧的经营理念的束缚，引入先进的管理思想和方法，充分发挥管理会计提供管理信息、筹划未来、控制日常活动、评价经营绩效等职能作用，同时致力于开辟新的服务领域，挖掘内部潜力，以不断营造持续性的优势。

(二) 商业银行提高经营管理水平的需要

推行管理会计是商业银行提高经营管理水平的需要。商业银行提高内部经营管理水平，能够带来良好的经营效益。西方企业发展的经验表明，作为内部控制的支柱——管理会计体系，能够有效地控制企业中人的行为，为决策提供有力的支持，为控制提供科学的标准，并且有助于形成奖优罚劣的机制，使企业充满活力和效率。我国国有商业银行实行的是统一法人领导下的“统一计划、统负盈亏”的分层经营、分层管理、分层核算体制。在这种体制下，建立管理会计体系有利于对内部责任部门甚至员工个人进行全方位、多层次的考核。除广泛运用目标管理、价值核算、预算控制、决策分析等基本手段外，管理会计主要通过“设立目标—记录实际—分析考核”机制来实现对过程的控制，以引导各责任单位根据本部门的经营状况及责任目标，及时调整工作策略，努力增收节支。提高经营效益，促进部门管理工作的深化。

(三) 银行克服财务局融性的有效手段

财务会计是通过记账、算账、报账，最终在损益表中反映出财务成果——利润，编制的报表能全面反映银行经营状况。同时，银行对事后的财务状况分析主要依据是损益表及有关报表，分析结果具有一定的片面性和局限性。由于财务会计只突出了反映职能，极其重要的控制、预测、决策、分析、评价职能被忽视了，从而使会计信息使用者难以了解银行经营状况的综合、系统的信息。随着银行管理的现代化和电子化水平逐步提高，经营管理过程中需要的信息越来越广泛，对会计工作的要求也越来越高。因此，银行在经营管理中急

需引入管理会计的思想、方法，建立一种管理会计与财务会计相融合的新会计体系，克服财务会计的局限性。进一步促进银行效益和现代化管理水平的提高。

(四) 银行建立激励约束机制的客观需要

激励起着激发、推动、加强人的行为的作用，因而在企业管理中正确运用激励机制，充分调动员工的积极性、创造性。对于提高企业经营效益，实现组织目标具有重要意义。管理会计在掌握大量有关资料的基础上，认真分析各种激励因素相对作用的大小，从中找到激励与贡献之间的最佳价值量，通过控制、业绩评价等来调动员工的工作积极性。诸如在传统的 management 方法中，对成本、费用的控制，一般是采取领导审查签字的外部约束方法，这在一定程度上往往容易导致只有个别领导及有关部门关心收入、控制支出。而推行应用管理会计后，每个员工就会树立起成本效益观念，由过去的外部约束变成自我约束，从而在银行内部建立起员工自我激励、自我约束的机制，这种机制的建立和运行将会给银行的经营管理注入巨大活力。

二、国有商业银行应用管理会计存在的问题

(一) 取向不全面

管理会计的内容包括预测、决策、全面预算、责任会计、标准成本法、考核与控制等，管理会计的应用具体表现为管理会计的技术方法在实际管理活动中的推广使用。国有商业银行应用管理会计，应将管理会计的技术方法运用到预测、决策、考核、控制等各项管理活动之中。责任会计只是一种执行会计，而作为规划决策会计的预测、决策等在企业宏观管理中的地位是显而易见的。因此，管理会计运用取向应高起点，全面应用，不应该只取其中的责任会计。

(二) 模式选择不当