

基于微信的高校财务服务系统探微

吴胜¹(副教授), 刘礼明², 苏琴²(高级会计师)

(1.江苏师范大学计算机学院, 徐州 221116; 2.江苏师范大学计财处, 徐州 221116)

【摘要】本文首先探讨了微信应用于高校财务服务的可行性,接着分析了已有的财务服务类型及其特点,在此基础上研究了基于微信财务服务系统的用户需求、模块设计、流程设计、实现方法,最后描述了财务服务效率的增加和财务资源的增值。

【关键词】财务服务系统; 微信; 高校

电子商务时代的财务管理环境发生了巨大的变化,变得更加灵活、迅速和复杂。在此情形下,财务工作者应该以顾客为核心,面向个性化,不断扩展和延伸自己的服务;财务研究对象不仅仅是财务资源,还包括大量的信息资源。而且财务人员的工作地点也开始出现了移动化等形式。为了适应这一环境变化,高校财务工作已经较好地实现了办公信息化。

以我校计财处为例,实现了财务工作信息化(一卡通、无现金支付),且提供了财务查询等接口,提供了网站、博客、微博、邮件、QQ等多种形式的财务延伸服务。但是,目前财务服务仍存在着一些不足:用户(如学生)不断变化且数量多导致了工作重复且工作量多;在关键时间节点(如春节前后)因工作量增加而财务人员和平时一样多,使得用户等待时间长、出错率升高、用户满意度低;当出现新的财务制度时,咨询该制度的人增加并出现咨询的重复。微信出现后,考虑到微信的优势,我们在已有服务系统的基础上实现了基于微信的财务服务系统,该系统是对现有财务服务系统的延伸,彼此能够兼容,新旧系统可以整合在一起为用户提供服务。

一、微信应用于高校财务服务的可行性

微信具备良好的信息交互能力和强大的社交功能。支持腾讯微博、QQ邮箱、漂流瓶、语音记事本、QQ同步助手等插件功能。而且,微信操作方法简单,已经成为许多移动终端用户的主要沟通手段。微信公众平台能够主动向用户推送重要通知或趣味内容,支持文字、语音、图片、视频、图文消息;能够针对指定对象发送这些信息,达到信息推送和内容投放的目的。支持消息群发,提供工作效率。具备自动回复功能,提高反馈的及时性。提供公众平台消息接口,实现财务工作的创新。微信公众平台可以适应于一对一的私密对话,提高用户的满意度。在和用户交流的过程中,可以获得更多的反馈信息,利用这些反馈

改进财务工作、改善财务服务;促进用户的认同度。微信还有低成本(仅耗少许流量,近乎免费)、交互性、便捷化、人性化、经过受众筛选后的精准性等优势。在碎片化环境下,人们的注意力缩短,微信精准性强、到达率高,可以更好地满足用户的需要。微信服务必须建立在对用户进行分析的基础上,盲目推送不需要的服务容易导致退订。

现有的财务服务体系往往会出现重复提供财务服务的问题。例如某项科研支出范围发生变更,许多拥有同类科研项目的在研人员都可能对此项变更提出疑问,财务人员需要一一答复。财务服务的重复提供不仅增加了财务工作的工作量、使得财务人员没有时间和精力去做更多有价值的工作,使得财务人员服务没有起到应有的价值。理想情况下,只需要财务人员提供一次服务,就可以保存、记录下该服务的相关情形,此后的用户可以据根据存储的信息独立完成自己的工作。这样,财务服务就可以视为一项财务资源。在微信平台中将财务服务视为一项财务资源,并对这些资源进行管理,利用这些资源为用户服务,进而形成了“资源入驻平台→平台吸引客户→客户吸引资源”良性发展闭环。这将在财务服务信息化的基础上实现财务工作的资源化、知识化、立体化,为师生、管理者、校外人员等用户提供更高效的财务服务。

二、基于微信的高校财务服务系统

1. 需求分析。探讨基于微信的高校财务服务系统的目标是为了更好地提供财务服务,因此应根据用户需求来构建财务服务系统,而现有的应用研究往往以技术为中心、从开发角度分析微信。这就需要重新组织财务的日常工作职能和流程,提供深入、精细的服务,实现服务内容的信息化、资源化、知识化、立体化,从而提高对用户需求的支持度,进一步提高财务服务水平。

构建基于微信的高校财务服务系统,首先需要分析各类用户所需要的服务类型。例如,我校教师所需要的财

务服务包括“报销”、“工资发放”等类型。在分析出服务类别后,进行汇总就可以得到总体所需要的财务服务类型。接下来就需要分析这些类型的“发生时间”、“发生数量”、“用户享用此服务可能出现的问题”、“目前如何解决此类问题”等特点。

表1包括了我校财务服务类型特征的分析结果信息,其中的“发生数量”是平均数(或估计值)。

表1 高校财务服务类型及其特征

服务类型	发生时间	发生数量	用户享用此服务可能出现的问题	解决此类问题的方式
报销	每个工作日	每天编制凭证约200张	报销票据不能正确计算和归类、项目的开支范围不是很清楚、审批权限不清,不具备判断发票真伪的知识	通过报销审核、会计现场指导和告之(电话、面谈)
工资发放	每月12日左右发放工资,月底补发一次有变动需要补发的工资	每月2~3次(每天200人次)	职工起薪、停薪变化频繁	反馈变化信息(电话、书面)
财务规章制度宣传解释	每个工作日	每天300人次	报销者不能够主动地学习财务知识、文件、制度,被动地接受会计的财务知识的宣传	电话、网络、面谈
外来汇款认领	每个工作日	每天20人次	汇款查询功能宣传不够,无相应的流程	电话、面谈、书面、网络
科研项目中的中期、结题检查	每个工作日	每天约10项	基本无问题	
银行账的对账	每月1次	全年共核对银行账户130余次	基本无问题	
学生奖助学金、劳务费的发放	不定期	每天400人次	少数学生姓名、银行卡号信息发生变化未及时更新,重名学生容易混淆	电话、网络、书面

结合表1可以知道,财务服务系统的用户为财务人员时,相关操作基本没有问题;而当其他人员享受财务服务时,往往会出现一些问题,对这些问题的沟通解决方式涉及财务服务的工作量、工作质量和用户满意度。目前解决此类问题主要采用面谈、电话和网络等方式。面谈和电话方式存在着工作重复且工作量大的问题,而网络存在不容易理解、不同步(需要信息时而没有此信息,或没有找到此信息)等问题。

2. 模块设计。按照用户沟通形式和用户所需要了解的内容,可以将基于微信财务服务系统分为办公信息通

知、业务信息通知、一对一咨询、问答集合、帮助文档(在线帮助)、微视频、小课堂、多种技术整合、配置与二次开发、后续教育、推广、基础工作系统等模块和子模块;此系统的静态结构关系如图1所示。

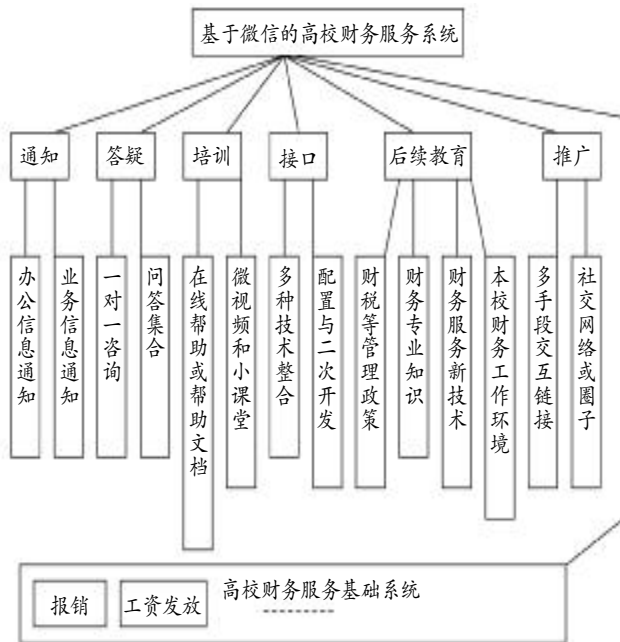


图1 高校财务服务系统静态结构图

图1中“通知”、“答疑”、“培训”、“接口”等模块是对财务部门以外的用户的服务;“后续教育”是对财务部门内部人员提供服务,其所用到的技术相同,只是知识内容不同。而“推广”主要是应用各种手段推动财务服务系统的使用。基于微信的高校财务服务系统基础仍是已有的财务服务基础系统(其涵盖了报销、工资发放),其拓展的只是服务方式和内容。

3. 流程设计。基于微信的高校财务服务系统将财务服务视为财务资源,并通过资源管理提升了财务资源价值。如图2所示,“业务信息通知”可汇合为“一对一咨询”;“一对一咨询”可综合成“问答集合”。以此类推,业务信息通知、一对一咨询、问答集合、帮助文档、微视频、小课堂、多种技术整合、配置与二次开发等模块可以依次转化。转化时,后一阶段的资源是对前一段资源的汇总。于是,用户的需求(“通知”、“答疑”、“培训”、“接口”等)可以促进用户的“后续教育”和“推广”,而这些内容又会转化为下一步提供给用户的财务资源。这样的转化过程如图2所示。图2也反映了基于微信的高校财务服务系统资源形态的动态变化关系。

4. 实现方法。基于微信的高校财务服务系统的模块可以用(也必须用)微信功能来实现,而且要能满足用户要求。这些模块实现时所采用的微信功能及其能满足用户哪些方面需求如表2所示。

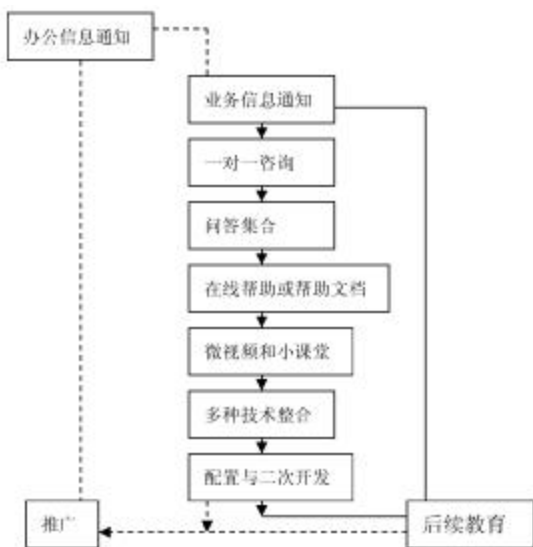


图 2 基于微信的高校财务服务系统中资源形态关系图

表 2 基于微信的高校财务服务系统简介

系统模块	主要工作	用于实现该模块的微信功能	要满足用户的需求
办公信息通知	向全体(或有关个人)通知办公信息	群发	及时性
业务信息通知	向有关个人传达业务信息(往往体现为业务变更)	群发、圈子、一对一回复	针对性
一对一咨询	回复有关个人在具体事项上的疑问	一对一回复	个性化
问答集合	提供一种集合,供提问者查询并自己解决问题	搜索、查询	综合性
在线帮助或帮助文档	提供一种更多相互链接的知识或文档,供提问者在不同知识点中跳转	链接	导航性
微视频和小课堂	提供提问者一段具体的视频或小的课堂,让提问者能自学相关知识	视频	可理解
多种技术整合	利用网站、微博、博客和微信一起为客户提供服务	链接、接口	统一性
配置与二次开发	配置或进行二次开发,满足用户的更高要求	接口	智能化
后续教育	多手段交互链接	链接、朋友圈、订阅	专业性
推广	社交	朋友圈、扫一扫	简易性

三、基于微信的高校财务服务系统的效果分析

为了说明此问题,假设财务服务类型数量为 B , 用户人数为 U , 对应的服务次数为 C , 每次服务涉及的因素(要素量)为 E 。则可以把财务服务的工作量 G 描述为:

$$G = \sum B \times U \times C \times E \quad \text{公式①}$$

其中,一项服务重复次数 $S = \sum U \times C$ 。

在已有的财务服务系统中 S 表示了用户人、次数出现

重复情况, S 取值一般较大。

通过服务系统的优化(如采用基于微信的财务服务系统),理想的情况能实现 $S \rightarrow 1$, 在此情形下,财务服务工作量为:

$$G = \sum B \times E \quad \text{公式②}$$

由公式 2 可知,财务服务工作量取决于服务类型数量和每类涉及的因素量。虽然采用一些优化方法(如采用微信进行财务服务)可以减少重复工作量,但是仍无法减少财务服务类型量 B 和每类中涉及的要素量 E 。

而图 2 说明,通过资源的有效管理(后一步的资源来源于前一步资源),可以减少财务服务的要素量,即使得 $E \rightarrow 1$ 。于是财务服务工作量为:

$$G = \sum B \quad \text{公式③}$$

由此可知,采用新技术(如基于微信的财务服务系统)对财务类型数量本身影响不大,只能通过流程重组,适当降低流程数(即服务项目数量),进而减少财务服务工作量,如公式 4 所示。

$$G = \sum_{B=1} B \quad \text{公式④}$$

于是,在财务服务中真正实现某种类型财务服务后,可以通过基于微信的财务服务系统自动地以元素组合、多次重复、多人共享的方式实现财务资源的重复利用,实现由公式 4 的工作量实现公式 1 的效果。此种重复利用可以看作是财务资源的增值,财务服务(资源)的增值为:

$$Z = \sum U \times C \times E \quad \text{公式⑤}$$

其中, U 为用户人数, C 为服务次数, E 为服务涉及的要素量。

综上所述,本文在分析基于微信的高校财务服务系统可行性的基础上,实现了基于微信的高校财务服务系统。通过新的技术手段,减少了财务服务的重复度;提供财务服务资源化、知识化,促进了财务服务的利用率、财务资源的增值。但是,新技术(基于微信的高校财务服务系统)也不能完全地减少财务服务类型数量和财务服务中元素量,只能通过流程重组来改进此两项数据,进而改进高校财务服务工作。

主要参考文献

王勇,李怀苍.国内微信的本地功能及其应用研究综述[J].昆明理工大学学报:社会科学版,2014(14).

詹红鑫.基于微信公众平台的航运信息推送技术研究与应用[D].大连海事大学,2014.

江波,覃燕梅.基于微信的移动图书馆 APP 服务系统设计与实现[J].现代情报,2013(31).

孙洋洋.微信技术应用于档案信息服务初探[J].中国管理信息化,2013(17).

钱玲玲.电子商务环境下的财务管理研究[D].武汉:华中师范大学,2014.