

实用理财方法

● 主编 刘兴榜

SHIYONGLICAIFANGFA

中国审计出版社

实用理财方法

主编 刘兴榜

中国审计出版社

图书在版编目(CIP)数据

实用理财方法/刘兴榜主编. —北京:中国审计出版社,
2000.11

ISBN 7 - 80064 - 871 - 0

I . 实… II . 刘… III . 企业管理;财务管理 IV . F275

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 55879 号

实用理财方法

刘兴榜 主编

*

中国审计出版社

(北京市西城区北礼士路 54 号)

北京市白帆印刷厂印刷

新华书店总店科技发行所发行 各地新华书店经销

*

787×1092 毫米 32 开 10.5 印张 227 千字

2000 年 11 月北京第 1 版 2001 年 2 月北京第 2 次印刷

印数:8001—13000 册 定价:18.90 元

ISBN 7 - 80064 - 871 - 0/F·650

本书编审委员会

主 编 刘兴榜

副主编 赵德武 王棣华 胡玉明

委 员 冯巧根 王进辉 华金秋

何武强

目 录

第一章 实用理财原理	1
第一节 理财:企业管理的中心	2
第二节 理财环境	6
第三节 理财目标	10
第四节 理财战略	12
第五节 理财原则	14
第六节 理财的基本方法	18
第二章 实用筹资方法	23
第一节 权益资本筹资方法	24
第二节 长期负债筹资方法	49
第三节 资本结构优化方法	73
第三章 实用投资方法	88
第一节 项目投资决策方法	89
第二节 金融投资分析评价	106
第三节 营运资金管理方法	125
第四章 实用收益分配方法	156
第一节 收益分配原理	157
第二节 股利政策的制定方法	167
第三节 股利支付方法	176

第五章 实用财务预算方法	185
第一节 全面预算体系	186
第二节 财务预算编制的技术方法	187
第三节 业务预算的编制方法	191
第四节 财务预算的编制方法	195
第六章 实用财务控制方法	201
第一节 财务控制原理	202
第二节 标准控制方法	206
第三节 责任控制方法	221
第四节 目标控制方法	228
第七章 实用财务分析方法	233
第一节 财务分析原理	234
第二节 财务分析的技术方法	235
第三节 财务能力分析方法	244
第四节 综合财务评价方法	256
第八章 企业重组、购并与破产	261
第一节 企业重组	262
第二节 企业购并	280
第三节 企业破产	297
第九章 国际财务管理方法	306
第一节 国际筹资方法	307
第二节 国际投资方法	314
第三节 外汇风险管理方法	317

第一章

实用理财原理

随着市场经济特别是资本市场的不断发展,理财在企业管理中扮演着越来越重要的角色。企业管理实践表明,理财是企业管理的中心。本章主要阐述:

- ◎理财:企业管理的中心
- ◎理财环境
- ◎理财目标
- ◎理财战略
- ◎理财原则
- ◎理财的基本方法

第一节 理财:企业管理的中心

一、什么是理财

什么是理财?简单地说,理财就是组织企业财务活动,处理企业财务关系的经济管理工作。显然,要理解什么是理财需进一步考察财务活动和财务关系。

(一)财务活动

财务活动就是资金活动。资金是处于再生产过程中不断运动增值的价值,资金活动客观存在于企业生产经营过程之中,体现了企业生产经营过程的价值方面,并以价值形式综合反映企业生产经营过程,构成企业经济活动的一个独立方面。

按照资金在财务活动中所处的地位和作用,企业财务活动包括五个方面:

1.筹资

取得一定数量的资金,是企业生产经营的必要条件,也是资金活动的起点、投资的前提。企业资金筹措活动主要包括筹资量的确定,筹资渠道与方式的选择,筹资结构的优化,筹集资金的取得等等。企业从各种渠道筹集的资金可以是货币资金,也可以是实物或无形资产。企业应当努力组织好筹资活动,以最小的资金成本,筹足企业生产经营所需要的资金。

2.投资

企业投资活动关系到企业生产经营规模的大小、企业资源配置的合理性以及企业潜在经济效益的高低。企业投资活

动主要包括投资项目的评估,投资方式的选择,投资组合的确定以及投资成果的形成等等。企业应当努力组织好投资活动,降低投资风险,提高投资效益。

3. 耗费

资金耗费是整个资金运动的基础环节,耗资的多少是影响企业盈利水平的重要因素。企业生产经营过程中的消耗包括投入生产中的材料资金的消耗、工资资金的消耗、设备资金的消耗以及其他资金的消耗。这些资金耗费综合表现为成本与费用。成本费用是价值补偿的尺度,是制订价格的基础,是决策的重要因素和管理的重要杠杆。

4. 收入

企业资金的回收是以价值形式反映生产成果的实现,它不仅可以补偿产品成本,而且可以实现企业纯收入,它是企业财务活动中的关键环节。资金回收主要指企业销售收入的取得,包括产品的售出、销售价格的确 定、收入金额的计量、结算方式的选择以及销售收入的实现等等。

5. 分配

分配是企业资金运动一次过程的终点,又是下一次资金运动的起点,起着两次资金运动之间的联结作用,是企业资金不断循环、不断周转的重要条件。分配是多层次的。企业在取得产品销售收入后,首先要用以弥补生产耗费,缴纳流转税,其余部分为企业的营业利润。营业利润加上投资净收益再加上其他净收入,形成企业的利润总额。对利润总额的分配,首先要按国家规定缴纳所得税,其次要提取公积金和公益金,分别用于扩大积累、弥补亏损和职工集体福利设施,最后把剩余利润分配给投资者,作投资收益的分配。企业还要从

经营中收回货币资金,按计划按期向债权人还本付息。

上述企业资金活动就是资金的筹集和使用、资金的耗费和补偿、资金收回和分配这三个方面。这是企业财务活动的基本内容。此外,企业财务活动还包括企业清算这类特殊的财务活动。

(二)财务关系

企业在组织财务活动的过程中会涉及到各方面的经济关系,这些经济关系就是财务关系。正确处理财务关系也是企业理财的重要内容。

1. 企业与投资者、受资者之间的财务关系

企业与投资者、受资者的财务关系就是投资与分享投资收益的关系,从性质上看属于所有权关系。企业与投资者形成财务关系时,企业是受资者,这种关系主要是企业从投资者那里筹集资金,进行生产经营活动,并将所实现的财务成果按规定进行分配。企业与受资者形成财务关系时,企业是投资者,企业以自身的法人财产向企业以外的其他单位投资,并按投资额的多少享有相应的投资收益。企业应该按照有关法规的要求,正确处理这种财务关系,以维护投资者、受资者的合法权益。

2. 企业与债权人、债务人、往来客户之间的财务关系

这类财务关系有企业因购进材料、出售产品而与往来客户发生的货币收支结算关系,有因延期收付货款与有关单位发生的商业信用关系,有因企业资金不足向商业银行借款而形成的资金借贷关系等等。这些财务关系在性质上属于收支结算关系和债权债务关系。处理收支结算关系,要求讲究商业信用,遵守结算纪律,及时收付欠款,以免相互占用资金;处

理债权债务关系,要求债务人按期还本,按时付息,不得拖欠。总之,妥善处理好企业与债权人、债务人、往来客户之间的财务关系,对缓解企业财务紧张状况,保证企业生产经营的顺利进行,加速资金周转具有重要意义。

3. 企业与税务机关之间的财务关系

企业与税务机关之间的财务关系表现为征税和纳税的关系。国家以社会管理者的身份委托税务机关向所有企业征收有关税金,包括所得税、流转税和其他形式的税金,这是国家财政收入的主要来源。企业必须按照国家颁布的税法 and 规定及时足额地缴纳各种税款。

4. 企业内部各单位之间的财务关系

企业内部各单位之间的财务关系是一种企业内部的资金结算关系。它表现在两个方面:一方面是以企业财务部门为中心,企业内部各部门、各单位与企业财务部门之间的收支结算关系,如向财务部门领款、报销以及代收、代付等,它体现了企业内部资金集中管理的要求。另一方面是企业内部各单位之间由于提供产品或劳务而发生的计价结算关系,它体现着企业内部资金在分散管理上的要求。这种集中和分散的财务关系反映了企业在生产经营中的分工和协作的权责关系。

5. 企业与职工之间的财务关系

企业与职工之间的财务关系是企业以货币支付职工工资、津贴、奖金而形成的结算关系。企业应当按照职工提供的劳动数量和质量进行工资分配,正确执行有关工资分配政策,充分调动职工的积极性。

二、理财是企业管理的中心

“企业理财是企业管理的中心”是财务理论界和实务界达

成的一种共识。其基本内容是:企业管理的中心是财务管理,财务管理的中心是资金管理。企业理财之所以是企业管理的中心,这是由市场经济的客观要求和企业理财自身的特点所决定的。首先,市场经济的发展客观上要求财务管理成为企业管理的中心。在市场经济条件下,企业之间的竞争日益加剧,企业要在竞争中处于不败之地,必须以资金管理为中心,合理组织财务活动,正确处理财务关系。其次,财务管理的目标与企业管理的目标是一致的。财务管理是一种价值管理、综合管理。通过价值管理这个纽带,将企业管理的各项工作有机地协调起来,综合反映企业生产经营各环节的情况。“财务管理中心论”要求企业把财务管理特别是资金管理放在一个重要位置,而不能偏离这个中心。

第二节 理财环境

企业理财是在一定的环境中进行的。理财环境指的是企业在理财过程中所面对的各种客观条件或影响因素。研究理财环境,有助于提高企业对环境的适应能力,实现企业理财目标,提高理财效率。理财环境有多种分类方法,一般把理财环境分为宏观环境和微观环境。

一、理财的宏观环境

理财的宏观环境是指影响企业理财活动的各种宏观因素,如政治、经济、法律、金融市场等等。宏观环境的变化,一般会对各类企业的理财活动产生直接或间接的影响。

(一)经济环境

经济环境主要包括经济周期、经济政策、通货膨胀、经济体制等。

1. 经济体制。在计划经济体制下,企业财权很小,企业的筹资权、投资权都归企业的主管部门,企业一般只具有执行权。这时,理财活动的内容比较单一,理财方法比较简单。在市场经济体制下,企业筹资、投资的权力归企业所有,企业必须根据自身条件和外部环境做出各种理财决策并组织实施。因此,理财活动的内容比较丰富,方法也复杂多样。

2. 经济政策。经济政策是国家进行宏观调控的重要手段。国家的产业政策、金融政策、财税政策对企业的筹资活动、投资活动和分配活动都会产生重大影响。企业理财人员应当深刻领会国家的经济政策,研究经济政策的调整对企业理财活动可能造成的影响。例如,当大多数投资者还没有将注意力转移到国家经济政策上时,如果企业能及时地领会某项经济政策,把握住投资机会,就会得到国家的优惠条件。国家的经济政策往往是长期性的,最初的投资者可以在较长时期内享受国家经济政策对投资带来的效应。

3. 经济周期。经济发展总是呈现出一定的周期性,经济的周期性波动对企业理财有着明显的影响。例如,在萧条阶段,由于整个宏观经济不景气,企业很可能处于紧缩状态之中,产量和销售量下降,投资锐减;在高涨阶段,市场需求旺盛,销售大幅度上升,企业为扩大生产,就要增加投资,以增添机器设备、存货和劳动力,这就要求财务人员迅速地筹集所需资金。总之,面对周期性波动,财务人员必须预测经济变化情况,适当调整财务政策。

4. 通货膨胀。通货膨胀会给企业理财带来很大的困难。

在通货膨胀初期,货币面临着贬值的风险,这时企业进行投资可以避免风险,实现资本保值。在生产经营活动中,企业应采用套期保值、负债经营等财务策略,把通货膨胀的损失减到最小程度。

(二)法律环境

市场经济是法治经济,企业理财必须考虑法律环境。影响企业理财的法规主要有公司法、税法、证券法、经济合同法、企业财务通则、企业财务制度等等,这些法规从不同方面规范或制约企业的理财活动。例如,企业筹资的数量和投资方向要符合国家产业政策;资金筹集的方式和程序要符合国家有关规定;企业成本费用的开支范围、企业缴纳的各种税种以及税后利润的分配也必须遵守国家的有关法律规定。企业只有用法律法规来规范财务活动,才能维护各方面的经济权益。

(三)金融市场环境

金融市场是资金供应者和资金需求者双方借助信用工具,融通资金、达成交易的场所。金融市场与企业理财关系十分密切。

1.金融市场是企业筹资和投资的场所。企业无论是发行股票、债券。进行票据贴现,还是购买债券、国库券、短期融资券等都可以通过资本市场得以实现。

2.企业通过金融市场使长、短期资金互相转化。企业持有的股票、债券等长期投资,在金融市场上转卖变现,就转化成了短期资金;以短期资金在金融市场上购入股票、债券等,又使短期资金转化为长期资金。

3.金融市场为企业理财提供重要信息。企业进行筹资、投资决策时,可以利用金融市场提供的有关信息。金融市场

上利率的变动,可反映资金的供求关系。有价证券市场的行情反映了投资者对企业财务状况的基本评价。

除上述经济环境、法律环境、金融市场环境外,政治环境等也会对企业理财活动产生影响。

二、理财的微观环境

理财的微观环境是对理财有重要影响的微观方面的各种因素,如企业组织形式、生产状况、产品销售市场状况、资金供应情况等。微观环境的变化一般只对特定企业的理财活动产生影响。这里主要考察企业组织形式和产品市场环境。

(一)企业组织形式

按国际惯例,企业划分为独资企业、合伙企业和公司企业。不同类型的组织形式对企业理财有重要影响。在独资企业,理财活动比较简单,由于信用有限,银行和其他投资者都不愿意冒险借钱给独资企业,独资企业利用借款筹资的能力十分有限,企业主要利用业主自己的资金和供应商提供的商业信用。在合伙企业,理财活动比独资企业要复杂,企业的资金来源和信用能力比独资企业有所增强,盈余分配也更加复杂。在公司制企业,企业不仅要争取获得最大的利润,还要谋求股东财富最大化;公司的资金来源多种多样,筹资方式纷繁复杂,需要认真地加以分析和选择;企业盈余分配也要考虑企业内部和外部的多种因素。

(二)产品市场环境

企业所处的市场环境通常包括以下四种:完全垄断市场、完全竞争市场、不完全竞争市场和寡头垄断市场。不同的市场环境对企业理财有不同影响。处于完全垄断市场的企业,销售一般都不成问题,价格波动不大,利润稳中有升,经营风

险较小,企业可利用较多的债务资金。处于完全竞争市场的企业,销售价格完全由市场来决定,企业利润随价格波动而波动,企业不宜过多地采用负债方式去筹集资金。处于不完全竞争市场和寡头垄断市场的企业,关键是要使企业的产品具有优势,具有特色,具有品牌效应,这就要求在研究与开发上投入大量资金,研制出新的优质产品,并做好广告,搞好售后服务,给予优惠的信用条件。

第三节 理财目标

理财目标是企业理财活动所要达到的目的和境界,是评价企业理财活动合理化的标准。随着我国由计划经济体制向市场经济体制的转变,企业理财目标依次经历了三个阶段:产值最大化、利润最大化和所有者财富最大化。产值最大化目标是计划经济的产物,利润最大化目标存在着许多不足,所有者财富最大化是市场经济下企业理财目标的合理选择。

一、利润最大化:存在缺陷

利润最大化是西方微观经济学的理论基础。西方经济学家一般都是以利润最大化为标准,来分析和评价企业行为和业绩的。以利润最大化作为理财目标,能够促进企业加强管理,改进技术,提高劳动生产率,降低产品成本,对于优化企业资源配置,提高经济效益具有重要意义。

但是,以利润最大化作为企业理财目标也存在着许多缺陷。首先,利润最大化没有考虑利润形成的时间,缺乏货币时间价值观念;其次,利润最大化未能有效考虑风险问题,可能

导致财务人员盲目追求利润,忽视风险;最后,利润最大化还容易导致企业财务行为短期化,只考虑眼前利益,而不考虑企业的长远发展。所以,利润最大化目标不适应企业持续发展的需要。

二、所有者财富最大化:合适的选择

在市场经济条件下,企业理财应以追求所有者财富最大化为目标。所有者财富最大化在股份制企业里体现为股东财富最大化,在非股份制企业里,体现为企业投资者财富最大化。股东财富是由股东拥有的股票数量和股票市场价格决定的,当股票价格达到最高时,股东财富也达到最大。可见,股东财富最大与企业总价值最大是一致的。

在非股份制企业中,投资者财富与企业价值也是一致的。若企业每年获得的预期报酬(可用企业的利润或现金净流量表示)相等,则企业价值的计算公式为:

$$V_0 = P \times \sum_{t=1}^n \left[\frac{1}{(1+i)^t} \right]^n = P \times \frac{1}{i} \quad (\text{永续经营时, } n \rightarrow \infty)$$

式中: V_0 为企业价值; P 为企业每年获得的预期报酬; i 为对每年所获报酬进行贴现时的贴现率; n 为取得报酬的持续期间。

从上式可以看出,企业的总价值 V_0 与 P 成正比,与 i 成反比。在 i 不变时, P 越大,则企业价值越大;在 P 不变时, i 越大,则企业价值越小。 i 的高低主要由企业的风险大小来决定,当企业风险越大时, i 随之升高,当企业风险越小时, i 随之降低。也就是说,企业的价值与预期的报酬成正比,与预期的风险成反比。

以所有者财富最大化作为企业理财目标,具有如下优点: