

《EXCEL在财务管理组的应用》

图书基本信息

书名：《EXCEL在财务管理组的应用》

13位ISBN编号：9787542936158

10位ISBN编号：7542936158

出版时间：2012-8

出版社：立信会计出版社

作者：孟俊婷

页数：320

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《EXCEL在财务管理组的应用》

内容概要

书籍目录

第1章 财务管理软件工具Excel 2003基础知识

- 1.1 Excel基础知识
- 1.2 工作簿与工作表的常用操作
- 1.3 工作表格数据输入及格式设置
- 1.4 常用函数
- 1.5 财务函数简介
- 1.6 Excel的工具

练习题

第2章 建立财务管理工作图表的基本方法

- 2.1 建立财务管理工作表
- 2.2 财务管理表格格式设计
- 2.3 输入数据及建立公式
- 2.4 编排工作表
- 2.5 财务报告的编制
- 2.6 财务管理分析图的绘制方法

练习题

第3章 财务分析模型设计

- 3.1 财务分析概述
- 3.2 比率分析模型的设计方法
- 3.3 趋势分析模型的设计方法
- 3.4 综合分析模型设计

练习题

第4章 投资决策模型设计

- 4.1 投资决策模型概述
- 4.2 投资决策的基本方法及投资决策函数
- 4.3 投资决策相关函数——折旧函数分析
- 4.4 固定资产更新决策模型设计
- 4.5 投资风险分析模型设计

练习题

第5章 流动资金管理模型设计

- 5.1 流动资金管理模型概述
- 5.2 最佳现金持有量模型设计
- 5.3 客户信用条件评价模型设计
- 5.4 应收账款收账政策模型设计
- 5.5 应收账款账龄分析模型设计
- 5.6 应收账款赊销策略分析模型设计
- 5.7 存货经济批量决策模型设计

练习题

第6章 筹资决策模型设计

- 6.1 建立筹资决策模型的意义
- 6.2 筹资方式及筹资成本
- 6.3 加权平均资金成本模型设计
- 6.4 筹资分析函数
- 6.5 筹资决策分析模型设计

练习题

第7章 销售与利润管理模型设计

- 7.1 销售与利润管理模型概述

- 7.2 销售预测模型设计
- 7.3 成本预测模型设计
- 7.4 资金需求量预测模型设计
- 7.5 销售业绩分析模型
- 7.6 利润管理——本量利分析模型设计
- 7.7 单变量求解工具与目标因素分析

练习题

第8章 财务预算与财务计划模型设计

- 8.1 以市场为导向的财务预算基本框架
- 8.2 财务预算的编制原理及模型设计
- 8.3 财务计划模型设计
- 8.4 运用方案管理器调整财务计划进行方案分析
- 8.5 预计财务报表的其他方法

练习题

第9章 计算机财务管理系统的设计与实现

- 9.1 建立计算机财务管理系统的意义
- 9.2 建立计算机财务管理系统的的方法
- 9.3 计算机财务管理系统界面的设计
- 9.4 计算机财务管理系统的的设计与实现

练习题

章节摘录

版权页：插图：制定合理的信用政策，是加强应收账款管理、提高应收账款投资效益的重要前提。信用政策即应收账款的管理政策，是指企业对应收账款投资进行规划与控制而确立的基本原则与行为规范，它包括信用标准、信用条件和收账政策三部分内容。

1.信用标准 信用标准是客户获得企业商业信用所应具备的最低条件，通常用预期的坏账损失率表示。如果企业把信用标准定得太高，将使得许多客户因信用品质达不到所设标准而被拒之门外，其结果尽管有利于降低违约风险及收账费用，但不利于企业市场竞争能力的提高和销售收入的扩大；相反，如果企业接受较低的信用标准，虽然有利于企业扩大销售提高企业市场竞争能力和占有率，但同时也会导致坏账损失风险加大和收账费用增加。因此，应当确立必要的信用标准。对信用标准进行定量分析旨在解决两个问题：一是确定客户拒付款的风险，即坏账损失率；二是具体分析确定客户的信用等级，以作为给予或拒绝信用的依据。这主要通过以下三个步骤来完成：（1）设定信用等级的评价标准。即根据对客户信用条件的调查分析，确定评价信用优劣的数量标准，以一组具有代表性、能够说明付款能力和财务状况的若干比率作为信用风险指标，根据数年内最坏年景的情况，以此作为比较其他顾客的信用标准。（2）利用既有或潜在客户的财务报表数据，计算各自的指标值，并与标准值进行比较。（3）进行风险排队，并确定各有关客户的信用等级。

2.信用条件 信用条件是企业评价客户等级，决定给予或拒绝客户信用的依据，一旦企业决定给予客户信用优惠时，就需要考虑具体的信用条件。因此，所谓信用条件就是指企业接受客户信用订单时所提出的付款要求，主要包括信用期限、现金折扣和折扣期限等。

（1）信用期限。信用期限是指企业允许客户从购货到支付货款的时间间隔。企业产品销售量与信用期限之间存在着一定的依存关系。通常，延长信用期限，可以在一定程度上扩大销售量，从而增加毛利。但不适当地延长信用期限，会给企业带来不良后果，一是使平均收账期延长，占用在应收账款上的资金相应增加，引起机会成本增加；二是引起坏账损失和收账费用的增加。因此，企业是否给予客户延长信用期限，应视延长信用期限增加的边际收入是否大于增加的边际成本而定。（2）现金折扣和折扣期限。延长信用期限会增加应收账款占用时间和金额。许多企业为了加速资金周转，及时收回货款，减少坏账损失，往往在延长信用期限的同时，采用一定的优惠措施。即在规定的时间内提前偿付货款的客户可按销售收入的一定比率享受折扣。如“2/10，n/45”表示赊销的期限是45天，若客户在10天内付款，可享受2%的折扣。现金折扣实际上是对现金收入的扣减，企业决定是否提供以及提供多大程度的现金折扣，着重考虑的是提供折扣后所得的收益是否大于现金折扣的成本。虽然企业在信用管理政策中，已对可接受的信用风险水平作了规定，当企业的生产经营环境发生变化时，就需要对信用管理政策中的某些规定进行修改和调整，并对改变条件的各种备选方案进行认真的评价。

《EXCEL在财务管理组的应用》

编辑推荐

《EXCEL在财务管理组的应用》

精彩短评

- 1、不错，很有用，对以后工作很有帮助
- 2、这本书还不错，挺清楚的

《EXCEL在财务管理组的应用》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com