

<<旅游企业投资与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游企业投资与管理>>

13位ISBN编号：9787561422106

10位ISBN编号：7561422105

出版时间：2003-4

出版时间：四川大学出版社

作者：王俊鸿，季哲文 编著

页数：342

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：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;旅游企业投资与管理&gt;&gt;

## 前言

前言 旅游是一种重要的社会经济活动。

20世纪50年代以来,大众化的群体旅游从和平与发展的国际环境中脱颖而出,迅速形成规模,在世界各地一直保持着快速发展的态势。

在我国,旅游业是从20世纪80年代开始大发展的。

经过20多年的发展,旅游业已经完成了其性质变革和功能变革,成为一项在国民经济中占有重要地位的经济产业。

旅游活动形式也由单一的观光旅游发展为集观光、商务、度假、考察等功能于一体的综合性旅游。

虽然我国旅游事业的发展速度很快,但对于旅游市场的主体——旅游企业而言,近几年却出现了效益滑坡的现象。

如何提高旅游企业的经济效益是亟待解决的问题。

投资活动,作为旅游企业最为重要的经济活动之一,其有效性和科学性直接决定了企业的经济效益。

旅游企业的投资活动,具有一般企业投资活动的共同特点,但由于产品的特殊性,在实践中与一般企业投资活动又有所区别。

这就迫切要求加强旅游企业投资与管理的研究,运用投资管理的理论来解决旅游业发展中的现实问题。

旅游企业投资与管理是一门理论和实践相结合的学科,是研究旅游企业投资决策活动及其规律性的科学。

它建立在旅游学、投资学、证券投资学、管理学等学科的基础上,吸收和借鉴国内外知名旅游企业的投资实践经验,是一门新兴的应用性学科。

与同样研究投资活动规律的投资学、证券投资学和财务管理相比较,旅游企业投资与管理研究的重点不同,具有自己的特色。

投资学是研究社会经济运动过程中投资的一般运动规律和不同投资的特殊运动规律的经济学科。

在宏观方面,它侧重分析投资与消费、财政收支、信贷规模、产业结构以及国民收入或国民生产总值等宏观经济因素之间的相互关系;在微观方面,它侧重于研究不同形式的投资活动(如长期投资、短期投资、直接投资、间接投资等)的特殊规律。

旅游企业投资与管理则立足于微观领域,突出了投资主体——旅游企业的特殊性。

西方国家流行的投资学在我国通常被称为证券投资学,它是一门系统地研究证券投资运动的独特规律和运动规则的学科,通常以机构投资者的证券投资活动为研究对象。

对于旅游企业而言,证券投资只是一种间接投资渠道,旅游企业大量的投资活动是以直接投资的形式存在的。

综上所述,旅游企业投资与管理侧重研究的是微观经济领域的投资主体——旅游企业在投资决策活动中,对各种直接和间接投资渠道的运用和管理过程。

本书是为适应旅游管理专业本科、专科教学需要而编写的一部教材。

四川大学旅游学院研究生季哲文参与了本书第六章和第七章的编写工作。

编者力求在继承和发扬国内外已有的投资理论和研究成果的基础上,充分突出旅游企业投资与管理的特点,揭示其规律。

我们希望旅游管理专业的学生通过这本教材能够学习和掌握旅游企业投资与管理学的系统知识,同时也希望这本教材能够为旅游经营者的投资决策活动提供参考。

全书内容分为五大部分,共八章:第一部分包括第一章和第四章,主要介绍企业投资管理的基础理论;第二部分为第二章,主要内容包括旅游企业投资与管理的环境分析;第三部分为第三章,介绍旅游企业资金筹集和管理;第四部分包括第五章、第六章、第七章,介绍项目投资、股票投资、债券投资、企业并购等多种投资方式的基本原理、运作程序、投资策略、收益和风险等问题;第五部分为附录,对知名旅游企业投资活动的成功案例进行了收集和整理,以帮助读者理解相关的理论问题,便于旅游企业经营者灵活运用各种投资手段提高企业经济效益。

<<旅游企业投资与管理>>

本书在编写过程中，参考了许多专家学者的研究成果，借鉴了有关著作、论文，同时在互联网上搜索了大量的资料。

这些研究成果为编写者提供了思路和素材，极大地丰富了本书的内容，在此对各位专家学者深表谢意。

限于编写者自身学识和水平的限制，再加上时间仓促，书中难免会有很多疏漏和不足，恳请专家、同仁和广大读者指正，以便修改完善。

本书在编写过程中，各位领导、师长、朋友给予了我们极大的支持。

在此谨向四川大学旅游学院常务副院长王挺之教授、书记孙锦泉教授、副院长石应平教授以及四川大学旅游学院的各位老师表示感谢。

王俊鸿季哲文 2002年8月

## <<旅游企业投资与管理>>

### 内容概要

旅游是一种重要的社会经济活动。

20世纪50年代以来,大众化的群体旅游从和平与发展的国际环境中脱颖而出,迅速形成规模,在世界各地一直保持着快速发展的态势。

本书是为适应旅游管理专业本科、专科教学需要而编写的一部教材。

本书内容分为五大部分,共八章:第一部分包括第一章和第四章,主要介绍企业投资管理的基础理论;第二部分为第二章,主要内容包括旅游企业投资与管理的环境分析;第三部分分为第三章,介绍旅游企业资金筹集和管理;第四部分包括第五章、第六章、第七章,介绍项目投资、股票投资、债券投资、企业并购等多种投资方式的基本原理、运作程序、投资策略、收益和风险等问题;第五部分分为附录,对知名旅游企业投资活动的成功案例进行了收集和整理,以帮助读者理解相关的理论问题,便于旅游企业经营灵活运用各种投资手段提高企业经济效益。

<<旅游企业投资与管理>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 投资的含义、特征和分类 第二节 旅游企业投资的特点和作用 第三节 旅游企业投资管理概念 第四节 旅游企业投资管理的内容第二章 旅游企业投资环境 第一节 投资环境的内容 第二节 投资环境的评价 第三节 我国旅游企业投资环境分析第三章 旅游企业资金筹集和管理 第一节 旅游企业资金筹集原理 第二节 筹资风险 第三节 项目融资第四章 旅游企业投资决策 第一节 旅游企业投资决策理论 第二节 旅游企业投资机会、方向和方式的选择 第三节 旅游企业投资规模决策 第四节 旅游企业投资组合决策 第五节 旅游企业投资结构的调整第五章 旅游企业项目投资与管理 第一节 旅游工程项目概述 第二节 投资项目的可行性研究 第三节 旅游企业投资项目决策第六章 旅游企业证券投资与管理 第一节 证券投资原理 第二节 旅游企业股票投资策略 第三节 旅游企业债券投资策略第七章 旅游企业并购与反并购 第一节 企业并购原理 第二节 旅游企业并购策略 第三节 旅游企业反并购策略附录 旅游企业投资案例参考文献

## &lt;&lt;旅游企业投资与管理&gt;&gt;

## 章节摘录

它们影响着投资者与当地政府的、组织和个人的交往方式及交往途径。人们都在一定的社会文化环境中成长，都要受到该种社会文化的熏陶和教化，并使思想、语言、行为无不打上社会文化的深刻烙印。

旅游企业投资难以游离于特定文化环境的影响之外，它只有通过投资者与当地居民的成功交往、合作才能实现。

在特定社会文化环境下，投资者从寻找投资机会、谈判、签约、申请立项、批准开业、领取营业执照直至正常的生产经营管理过程，均离不开与当地政府、组织(如公司、企业、工会等)、群体及个人(技术人员、管理人员、工人、消费者等)的接触和交往，并发生一定的相互关系。

处理这些关系的方式和结果，必将要受到当地社会文化因素的影响和制约。

这就要求投资者的行为符合当地的习惯和规范；否则，其投资和经营行为将无法为当地群众所理解和接受，甚至有可能招致敌意和攻击。

例如，在中国香港特别行政区和新加坡(也流传到了日本、越南和韩国)很盛行看风水。

风水先生们对各种动土的工程提供最好的风向水流的建议，甚至宅第的选择以及门的朝向、桌子的摆放都有讲究。

在讲风水的文化氛围中，如果旅游企业不讲究风水，则可能因游客讲究风水而导致效率下降。

由此可见投资者为达到预期的目的，必须随时对各种可能出现的情况做出反应，调整旅游企业的经营战略、组织结构、管理方法和企业文化，以便适应特定社会文化环境的要求。

四、技术环境 技术环境是指一个国家的技术水平、技术政策、新产品开发能力以及技术发展的动向等。

科学技术的革命性成果极大地改变了社会生产方式、生活方式乃至人口结构。

技术的发明和进步不仅影响行业的生存和发展，而且也影响了多数企业具体的投资活动，因此，世界上成功的企业无一不对新技术的采用予以极大的重视，在科技成果的发明与应用方面投入大量的资金。

目前，技术环境变化的新趋势之一就是信息技术的快速发展。

近几十年来，信息技术的发展不仅使信息产业占国内生产总值的比重不断上升，而且改变了企业的组织结构和市场营销方式。

信息化使组织机构进一步扁平化和网络化，扁平化使高层管理人员可以更多地通过计算机终端来了解企业的运行情况，从而对整个组织实施控制；网络化不仅可以使跨国公司的不同子公司、企业不同部门之间的信息交流更为方便和快捷，而且可以对市场需求做出更迅速的反应。

此外，越来越多的交易和广告将在网上进行。

信息技术也在旅游业得到广泛应用，饭店成为应用高科技集中的领域，如商务中心、快捷房内入住、结账服务、电视电话会议、电子门锁系统、智能化建筑等。

许多旅游企业都应用计算机管理系统来帮助提供快速和有效的产品和服务，如饭店采用的中央预订系统(CRS)、可以提供房态信息的前厅服务系统、员工人事管理系统、费用控制系统、存货控制系统和财务管理系统等。

大量旅行社已经开始利用计算机预订系统开展业务，利用计算机系统内部进行内部管理。

我们可以预见，在信息技术领域的项目投资将成为旅游企业投资的主流。

五、生态环境 生态环境是生物的个体、种群或群落所在的具体地段环境，包含生物所必需的生存条件以及其他的生态因素。

它包括气候条件，光、热、降水和大气等因素；土壤条件，土壤的各种物理和化学特征，如质地、酸碱度、土壤水和营养元素等；生物条件，如地理位置、地势高低、地形起伏、地质历史条件等；人为条件，如开垦、采伐、引种、栽培等。

地理条件与人为条件，常通过引起气候、土壤、生物条件的变化，对生物的个体、种群和群落的生存发生影响。

旅游企业投资的生态环境与旅游企业投资和管理活动有关，制约着旅游企业投资和管理活动，并为旅

## &lt;&lt;旅游企业投资与管理&gt;&gt;

游企业的投资和管理施加压力、指明方向。

随着人类活动范围，特别是工业活动范围的不断扩大，同时也由于我们对环境保护的忽视，我国的生态环境在过去几十年中已遭受了很大程度的破坏。

当前我国的生态环境主要面临着以下几个问题：(1)土地超载和耕地锐减。

我国现有人均耕地为10.7平方米，仅是世界平均水平的35%。

同时，我国的水土流失、荒漠化和土地污染也非常严重。

新中国成立初期我国的水土流失面积约为120万平方千米，目前约有183万平方千米，并且水土流失面积仍在不断扩大。

在水土流失的同时，我国的荒漠化面积已达国土面积的8%，全国约有210 000平方米农田遭受荒漠化危害，全国每年因沙漠化危害造成的经济损失约20亿-30亿美元，间接损失为直接经济损失的2-3倍。

此外，我国的土地污染也在不断加剧。

据统计，我国目前受到工业污染的耕地已达4亿平方米，受乡镇企业污染的耕地已达1.87亿平方米。

(2)森林赤字。

作为一种可再生的有限资源，我国近几十年来森林面积正在不断下降。

我国每年新生木材仅2亿立方米，而每年消耗的木材却达3亿立方米，年木材蓄积量“赤字”为1亿立方米。

森林面积的锐减一方面容易造成大规模水土流失和江河污染，影响国家经济的长远发展，另一方面也直接关系到一些以木材为原料的企业的生产和销售。

(3)淡水资源紧缺。

我国的淡水资源人均占有量不及世界平均水平的1/4，且在空间和时间上分布不均衡，其中4/5集中在南部。

目前全国农村地区缺水量达到300亿立方米，617个城市中有300个水资源短缺。

水源的短缺对以淡水为原料或动力的企业形成了很大的制约。

第二节 投资环境的评价 旅游企业投资环境评价的中心目标，是在描述、解释和预测潜在的或实际影响投资项目的的环境状态与环境变动的基础上，评估旅游企业所面临的风险程度，并提出处理这些环境风险的投资策略。

由于旅游企业投资环境是由多维、多层次因素及其相互关系构成的复杂系统，因此需要建立一个指标体系，从不同角度、不同侧面对环境状态特征进行综合考察。

国外对企业投资环境评价方法的研究始于20世纪60年代末，已经形成了多种广为应用的评价方法。

1979年以来，我国理论界和实际工作部门也开始了投资环境及其评价方法的研究，并丰富和发展了投资环境的评价理论和方法体系。

我们在进行旅游企业投资环境评估时。

将借鉴和使用这些评价方法。

三、社会和文化环境 社会文化是人类社会独特的生活方式，即一代又一代延续下来的独特的思维方式、观念、感情、信仰与行为。

旅游企业投资的社会和文化环境是指一个国家和地区的民族特征、文化传统、价值观、宗教信仰、教育水平、社会结构、风俗习惯等情况。

社会文化环境也包括社会阶层的形成和变动，人口的地区性流动，人口年龄结构的变化，社会中权力结构、人们生活方式及工作方式的改变等。

这些方面必然都要反映到旅游企业中来，影响到社会对企业产品及劳务的需求类型，也影响到旅游企业的投资战略。

.....

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:<http://www.tushu007.com>