

 21世纪高等院校旅游管理精品教材

Tourism Enterprise Financial Management

旅游企业财务管理

(第二版)

徐虹 康晓梅 编著

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press





21世纪高等院校旅游管理精品教材



Tourism Enterprise Financial Management

旅游企业财务管理

(第二版)

徐虹 康晓梅 编著



© 徐虹 康晓梅 2010

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游企业财务管理 / 徐虹, 康晓梅编著. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2010. 9

(21 世纪高等院校旅游管理精品教材)

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0132 - 9

I. 旅… II. ①徐… ②康… III. 旅游业 - 企业管理: 财务管理 - 高等学校 - 教材 IV. F590. 66

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 177369 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连北方博信印刷包装有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm	字数: 396 千字	印张: 19
2010 年 9 月第 2 版	2010 年 9 月第 2 次印刷	

责任编辑: 孙晓梅 刘贤恩 孙 平 王昭元	责任校对: 孙 萍
封面设计: 冀贵收	版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0132 - 9

定价: 30.00 元

东北财经大学出版社

您好!感谢您选订我们出版的_____教材,
ISBN(书号)_____。

东北财经大学出版社秉承全方位服务教师的理念,成立了会员俱乐部,每一位选用我社图书作为教材的教师均可成为免费会员,享受免费赠送教材样本、新书推荐、加入作者资源库、提供教学参考资料(限已制作教参部分)等服务,详情请登录东北财经大学出版社网站(www.dufep.cn)。

鉴于以上服务只针对选用本书作为教材的教师,烦请填写如下情况调查表:

* 姓名: _____ * 性别: _____ 出生年月: _____
* 学历: _____ * 职务: _____ * 职称: _____
* 学校全称: _____ * 所在院、系、教研室: _____
* 学校地址: _____ * 邮编: _____
* 区号: _____ * 办公电话: _____ * 手机: _____ * email: _____
* 授课科目: _____ * 学生人数: _____ * 教学层次: _____ * 学期: ☐春季 ☐秋季
其他授课科目: _____ 学生人数: _____ 教学层次: _____ 学期: ☐春季 ☐秋季
* 教材指定者: ☐本人 其他: _____

主要研究领域及成果: _____

是否有出版计划: ☐是 ☐否 出版方向: _____

是否愿意从事翻译工作: ☐是 ☐否 翻译方向: _____

* 对我社教材满意度: ☐满意 ☐一般 ☐不满意 ☐希望更换

对我社的意见和建议: _____

注: (* 为必填项) 院系领导签字: _____

盖章: _____

填妥后请选择以下任何一种方式将此表返回:

电话: 0411-84710715 传真: 0411-84710731

E-mail: ts@dufe.edu.cn 邮编: 116025

地址: 大连黑石礁东北财经大学出版社教学支持中心

主要参考文献

1. [美] 保罗·尼文:《平衡计分卡》,胡玉明等译,北京,中国财政经济出版社,2003。
2. 毕意文、孙永玲:《平衡计分卡中国战略实践》,北京,机械工业出版社,2003。
3. Chris Guilding, Financial Management for Hospitality Decision Makers. Butterworth Heinemann, 2002.
4. Denton, Gregory A., White, Bruce, Implementing a Balanced-scorecard Approach to Managing Hotel Operations: The Case of White Lodging Services, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Volume: 41, Issues: 1, February 2000.
5. 盖地:《税务会计与纳税筹划》,天津,南开大学出版社,2004。
6. 马勇、毕斗斗:《旅游市场营销》,汕头,汕头大学出版社,2003。
7. 秦雪青:《中国酒店业扩张中的财务管理》,载《中外酒店》,2003(12)。
8. 齐善鸿、徐虹等:《现代饭店管理新原理与操作系统》,广州,广东旅游出版社,1999。
9. [美] 雷蒙德·S. 斯米盖尔:《饭店业管理会计》(第四版),徐虹主译,北京,中国旅游出版社,2002。
10. 王剑:《收益管理系统是饭店获取最佳收益的法宝》,载《中国旅游报》,2003-04-09。
11. 王庆成:《财务管理学》,北京,中国财政经济出版社,1999。
12. 续利民:《酒店的利润中心——论酒店工程部定位与作用的再认识》,载《酒店资源》,2004(1)。
13. 徐虹:《旅游饭店财务管理》,天津,南开大学出版社,2004。
14. 中国注册会计师教育教材编审委员会:《财务管理》,北京,经济科学出版社,1995。
15. 姚延波:《现代旅行社管理研究》,北京,高等教育出版社,2004。
16. 郑红、徐虹、张超:《饭店财务管理》,北京,中国人民大学出版社,2001。
17. <http://business.sohu.com>。

第二版前言

包括旅游企业在内的任何一个企业存在于社会上的价值就在于其盈利性，这是它区别于其他组织的一个显著特征，也是我们判断企业经营成功与否的一个重要标准。虽然随着社会的进步和对企业要求的不断提高，盈利性不再是唯一的标准，但不可否认现阶段它仍是不可替代的最重要标准之一。

围绕实现盈利性目标而展开的一系列管理实践活动都与财务管理密不可分，甚至可以说，最终各项管理工作都可以归结为理财工作，因为财务管理的对象就是企业运行中的资金运动及其在运动中体现的各种财务关系，而旅游企业各项经营管理决策的做出、实施及改进都要通过各部门的具体活动来完成，各部门在设计提供各类服务过程中不仅仅要考虑服务的优质化问题，还必须考虑在满足顾客需要的前提下如何实现部门或企业盈利的问题，这就产生了一个问题，即各部门仅是提供服务的部门还是创造利润的部门？理财是财务部门的事还是各个部门共有的职责？如果是前者的话，就可能忽略理财职能，不计收入和成本，视财务管理为财务部的职能，与本部门无关；如果是后者的话，就必须承担理财职能，就必须做好成本控制工作，就必须推行全员理财理念。坦率地说，我国旅游企业中仍有不少企业持有前者的认识，他们理财意识淡薄，理财观念落后，没有建立起全员理财系统，管理水平还有待提高。

本人曾做过不少企业理财方面的培训，印象比较深刻的是管理人员一听是做财务管理方面的培训，就毫不犹豫地命令财务部的人员都要来，而其他部门甚至高层管理人员则可以不接受培训。这让我很不解，以这样的认识来管理企业，怎能有盈利？现实告诉我们，就距离真正有效的财务管理要求来说，我们的企业还有一段路要走。但正是由于存在着差距，也才存在着努力的方向和提高的希望。在校的大学生们要为将来改变和扭转这种错误认识做好准备，就必须认真修读财务管理课程，建立正确的财务意识，提高理财修养和能力。而处于实践前沿的实业界人士，也需要通过不断自修理财知识，结合理论体悟实践中存在的问题，寻求解决的方案。为理论学习和实践探索服务正是本教材编写的初衷，虽然限于本教材编写人员水平和经验，未必能达到多么明显的效果，但是其中也不乏我们的一点研究心得或体会，希望能够与各位读者分享，并能启发读者做更深入的探索和研究。

本教材的结构安排是按照企业资金运动循环顺序编排设计的，依次分为 5 篇 13 章：

第 1 篇主要属于绪论性质，概括介绍旅游企业财务管理的基本含义、管理对象、管理方法、管理原则及理财中必须掌握的两个基本概念，即资金的时间价值与投资的风险价值，以便为后面其他章节内容的展开分析奠定基础。

第2篇主要论述企业有关筹资与投资管理内容,这些问题是企业资金运动的起点,也是影响企业理财绩效的基本问题。对我国旅游企业来讲,盲目筹资、无序投资的现象反映出企业缺乏理财的计划性和风险控制性,也映射出我们财务控制的不完整性。筹资的时候要有时间价值观,这样才有助于合理安排筹资结构,降低筹资成本;投资的时候要有风险价值观,这样才有助于慎重决策投资项目,增大投资效益。

第3篇主要论述投资后形成的各类资产管理问题,各类资产组合比例不合理会降低资产运营效率,而各类资产日常管理不到位同样会增加不必要的成本,降低资产盈利率。流动资产的管理一向是资产管理的重点,因为它的运行质量和周转速度直接影响企业总资产的周转率和利润率,旅游企业应收账款不断攀升、存货不断增加都必然会降低流动资产获利能力,对经营国际旅游业务的企业来讲,外汇资金管理及风险防范是不容忽视的大问题;固定资产资金占用额巨大而周转速度较慢,一旦发生问题影响将是巨大的和长期的。折旧政策的选择与折旧额高低、固定资产维修保养与完好率高低、新建投资和更改投资的选择与资金成本高低等都是固定资产管理中的主要问题;无形资产是旅游企业盈利的关键因素之一,它虽无形却比有形威力更大、效益更高、风险也更大。虽然目前尚未有普遍接受的方法核算无形资产,但努力探索无形资产管理与盈利模式还是大有可为的。

第4篇主要论述资产运用后带来的后果问题。运用资产提供服务必然会形成收入,如何转变收入最大化认识误区,提高有效收入最大化就不得不关注定价问题、收益管理问题、结算方式管理问题。提供对客服务就必然会发生各种耗费,形成成本与费用,扭转财务的成本控制观,树立正确的成本控制观会产生非同寻常的效果,是走出目前成本控制恶性循环的关键。运用保本点分析法和量本利分析法,将预算管理转化为各岗位的目标管理是有效贯彻全员理财的重要环节,全过程、全员、全方位成本控制是提高经营效益的必然选择。成本费用耗费是为取得利润,这个过程中要处理好税金管理的问题,既尽到旅游企业应尽的纳税义务,又要充分享受纳税人的合法权利,就必须掌握税收管理中的税收筹划原理和基本技巧,为企业谋求合法前提下的最大利益。企业不仅要上税,还要给投资者分红,因此就要进行利润管理和分析,找出影响利润目标实现的不良因素,提出改进的对策。

第5篇主要论述实现以上管理目标的预算管理系统及其绩效分析问题。“凡事预则立,不预则废”很好地道出了预算的妙用。预算管理是现代企业财务管理的重要手段,谁来编制预算、如何编制预算、编制何种预算、怎样分析预算执行情况等都是需要解决的问题。预算执行结果如何离不开绩效分析,传统绩效分析只关心财务绩效,而实际上财务绩效只是结果,导致结果的过程同样是重要的,对服务企业来说,也许过程是更为重要的,因此建立全面评价体系,并将企业战略转化为日常运营指标就需要全面分析经营绩效,如平衡计分卡评价体系,不仅使我们对财务绩效结果的来龙去脉有更清楚的认识,同时也使全员理财系统的建立更有充分的管理依据。

本教材的编写主要想体现以下几个特点:首先是内容编排的逻辑性上,体现了资金运动的客观过程和内在联系;其次是行文语句的简洁性上,体现了财务语言的简洁概括和通俗易懂;最后是体例编排的实用性上,体现了方便学习的原理概括和案例剖析。这些特点在一定程度上会帮助读者更好地理解有关原理,同时又引导读者开放性思维,通过实例、案例及相关链接等项目的设置启发读者做更广阔、更多样的思考,

从而达到活学活用的目的。

由于本教材第一版的出版已有若干年时间了，在这些年中不仅旅游企业理财实践水平有所提高，而且旅游管理相关的规章制度及旅游企业管理的有关规定也发生了变化，因此，本次教材修订在保留原有的章节内容基础上，对发生变化的地方做了修改完善。这些地方主要体现在以下方面：首先是对部分案例做了更新；其次结合税制改革情况对“旅游企业利税管理”一章的部分内容进行了变更；最后就是涉及旅行社的内容也按照新的旅行社管理条例做了修改。

本教材的编写是合作的结果。首先合作体现在编写者与出版社和责任编辑之间的合作，是我们彼此间的信任、理解、支持与合作，才会有本书的出版。因此，在这里首先要感谢东北财经大学出版社对我的信任，感谢责任编辑对我们的理解和为本书付出的努力。其次合作体现在编写者之间，本书由南开大学徐虹和河北农业大学康晓梅共同完成。任务分工如下：由徐虹提出编写思路 and 大纲，经出版社同意后由徐虹承担前言、第1篇、第2篇、第3篇的编写，康晓梅承担第4篇、第5篇的编写，最后由徐虹总纂并对部分章节做了修改。这里要特别感谢我的合作者康晓梅女士，感谢她对教材修订所做出的努力，祝愿她工作和生活一切顺利！

徐 虹

2010年7月于南开园

目 录

第1篇 旅游企业财务管理绪论

第1章 旅游企业财务管理原则及方法 ⇨3

■ 学习目标 /3

1.1 旅游企业财务管理的内涵 /4

1.2 旅游企业财务管理目标、任务、原则和方法 /8

■ 本章小结 /12

■ 关键概念 /13

■ 基本训练 /13

第2章 旅游企业财务管理中两个重要概念 ⇨16

■ 学习目标 /16

2.1 资金时间价值 /17

2.2 投资风险价值 /22

■ 本章小结 /26

■ 关键概念 /27

■ 基本训练 /27

第2篇 旅游企业筹投资管理

第3章 旅游企业筹资管理 ⇨31

■ 学习目标 /31

3.1 旅游企业筹资概述 /32

3.2 旅游企业筹资渠道与方式 /34

3.3 资金成本 /46

3.4 筹资结构与筹资风险 /48

■ 本章小结 /50

■ 关键概念 /51

■ 基本训练 /51

第4章 旅游企业投资管理 ⇨53

■ 学习目标 /53

4.1 旅游企业投资概述 /54

4.2 旅游企业对内投资管理 /56

2 旅游企业财务管理

4.3 旅游企业对外投资管理 /64

■ 本章小结 /70

■ 关键概念 /71

■ 基本训练 /71

第3篇 旅游企业资产管理

第5章 旅游企业流动资产资产管理 ⇨77

■ 学习目标 /77

5.1 旅游企业流动资产资产管理概述 /78

5.2 旅游企业货币资产管理 /80

5.3 旅游企业结算资产管理 /88

5.4 旅游企业存货资产管理 /92

■ 本章小结 /99

■ 关键概念 /100

■ 基本训练 /100

第6章 旅游企业固定资产管理 ⇨103

■ 学习目标 /103

6.1 旅游企业固定资产管理概述 /104

6.2 旅游企业固定资产折旧管理 /107

6.3 固定资产的日常管理与分析 /112

■ 本章小结 /116

■ 关键概念 /117

■ 基本训练 /117

第7章 旅游企业其他资产管理 ⇨119

■ 学习目标 /119

7.1 旅游企业其他资产概述 /120

7.2 旅游企业其他资产的管理 /122

■ 本章小结 /125

■ 关键概念 /125

■ 基本训练 /125

第4篇 旅游企业收入、成本及利润管理

第8章 旅游企业营业收入管理 ⇨131

■ 学习目标 /131

8.1 旅游企业营业收入概述 /132

8.2 旅游企业价格管理 /133

8.3 旅游企业营业收入管理的基本要求 /141

8.4 旅游企业营业收入的日常管理 /143

■ 本章小结 /147

■ 关键概念 /148

■ 基本训练	/148
第9章 旅游企业成本管理概述	⇨152
■ 学习目标	/152
9.1 旅游企业成本概念及分类	/153
9.2 旅游企业成本管理意义	/160
■ 本章小结	/161
■ 关键概念	/162
■ 基本训练	/162
第10章 旅游企业成本控制	⇨167
■ 学习目标	/167
10.1 旅游企业成本控制概念辨析	/168
10.2 旅游企业成本控制方法	/172
10.3 旅游企业保本点分析	/180
10.4 旅游企业成本控制考核	/185
■ 本章小结	/187
■ 关键概念	/187
■ 基本训练	/187
第11章 旅游企业利税管理	⇨189
■ 学习目标	/189
11.1 旅游企业税金管理	/190
11.2 旅游企业利润管理	/204
■ 本章小结	/213
■ 关键概念	/214
■ 基本训练	/214

第5篇 旅游企业预算编制与绩效分析

第12章 旅游企业预算编制	⇨219
■ 学习目标	/219
12.1 旅游企业预算含义与种类	/220
12.2 旅游企业预算编制程序与方法	/222
12.3 旅游企业预算控制系统	/227
■ 本章小结	/243
■ 关键概念	/244
■ 基本训练	/244
第13章 旅游企业绩效分析	⇨247
■ 学习目标	/247
13.1 旅游企业绩效含义及发展历程	/248
13.2 旅游企业绩效分析的内容与方法	/251
13.3 旅游企业财务绩效分析	/253
13.4 旅游企业非财务绩效分析	/284

第1篇 旅游企业财务管理绪论

“反弹琵琶”的经济学思考——从杭州西湖免费开放谈起^①

在全国多数重要旅游景点的门票价格逐步上涨的背景下，杭州西湖不仅没有提高门票价格，反而一直免费开放，并且取得了良好的效益。我们把杭州市的这种与众不同的做法称为“反弹琵琶”。2003年4月，没有围墙、不收门票的整个西湖把自己的每一寸绿地和每一处景观都免费提供给市民和游客。当时有关专家说，西湖不收门票当然“亏”了——全市每年要少得几千万元的门票收入。然而一年以后，杭州有关部门算了一笔账：西湖门票虽然少了几千万元收入，但却因此赢得了上亿元的收益。西湖南线未取消门票之前，每年的门票收入为600万元左右。而取消门票之后，这里的游人剧增，人气很旺，仅沿线商铺每年的拍卖总收入就已达到了700万元。不仅如此，2009年“十一黄金周”之前，杭州更是发放5万张旅游消费券为旅游“旺火加柴”。杭州全市各景区共接待游客1204.31万人次，与去年同比增长24.15%；实现旅游收入46.4亿元，同比增长37.93%。杭州显赫的旅游业绩，“免费西湖”功不可没。

众所周知，旅游产品有两个重要特点：一是它属于需求富有弹性的产品，即需求量变动的幅度大于价格变动的幅度。因为这种产品属于奢侈品，不是人们生活必需的东西，是否购买这种产品主要取决于收入状况和价格水平，故它受价格变动的影响较大。另外，旅游产品之间的可替代程度较高，当一个旅游点的价格高或服务不好时，旅游者就可能选择到其他地方旅游。二是旅游产品具有消费上的关联性和多样性。旅游产品的消费与其他商品不同，人们购买一般商品一次可能只买一件或两件，但外出旅游特别是远距离旅游一般要参观若干地方，而不会局限于一两个景点，否则消费成本太高了。旅游产品消费的多样性表现在它是集观、行、吃、住、购物等为一体的消费行为。旅游产品的这两个特点决定，在旅游产品比较集中的地方，保持旅游产品的低价位有利于增加总收益。

杭州市是一个旅游资源丰富的城市，如何形成和扩大旅游产品总需求是提高旅游产业经济及社会效益的重要环节。扩大旅游产品总需求，在价格上起码有两种策略可供人们选择：一是低价位策略，即薄利多销；二是高价位策略，就是依靠较高的价格增加收益。杭州市选择的是第一种策略。西湖实行免费开放，价格降为零，就是这种

^① 田家官：《“反弹琵琶”的经济学思考——从杭州西湖免费开放谈起》，载《光明日报》，2005-07-19，内容有改动。

策略的集中表现。将旅游产品价格保持在较低的价位上,必然会吸引更多的旅游者来杭州旅游,同时由于杭州市旅游资源丰富,旅游者自然而然地会多去一些景点,在杭州逗留的时间相应会延长,住宿、购物、交通、饮食等方面的需求必然相应增加。最终结果是旅游产品的综合销售收益扩大。

由此可见，杭州西湖免费开放看似亏本，实则赚钱，其奥妙就在于对旅游产品特性理解得透，对生财的机制运用得好。旅游企业必须深刻理解财务管理的对象、原则和方法，要从单纯的会计核算走出来，以增加旅游企业效益为着眼点，合理配置各项资源，灵活运用价格调节手段，实现旅游企业效益最大化目标。

第1章

旅游企业财务管理 原则及方法

■ 学习目标

1.1 旅游企业财务管理的内涵

1.2 旅游企业财务管理目标、任务、原则和方法

■ 本章小结

■ 关键概念

■ 基本训练

■ 学习目标

通过本章的学习，明确旅游企业财务管理的概念，了解财务管理在旅游企业管理中的地位 and 作用，掌握财务管理的主要内容和基本原则，理解财务管理的主要方法；能够利用对财务管理内涵的理解，指导旅游企业财务管理实践活动，发挥财务管理在旅游企业管理中的核心作用，灵活运用财务管理基本原则和主要方法指导旅游企业经营管理活动。

● 1.1 旅游企业财务管理的内涵

1.1.1 旅游企业的含义

旅游企业是构成旅游业的基本组成单位,但由于旅游业的产业边界具有模糊性和交叉性,因此旅游业的构成问题目前尚未有定论。到目前为止,有关旅游业构成的学说中以密德尔敦(Middleton)的观点最为流行。密德尔敦认为,就一个国家或地区而言,旅游业主要由旅游业务组织部门、住宿部门、交通运输部门、游览场所经营部门和目的地旅游组织部门五大部分组成。^①这五个部门之间存在着共同的目标和不可分割的相互联系,即通过吸引、招徕和接待旅游者,促进旅游目的地的经济发展(Middleton, 1996)。而世界贸易组织(WTO)在对服务部门的分类中,在旅游部门下共设立了四个分部门,它们是饭店与餐馆(含饮食)、旅行社和旅游经营者服务、导游服务和其他。就这两种分类而言,饭店(住宿部门)和旅行社(旅游业务组织部门)是得到二者公认的两个部门,而且也是人们普遍认为最具典型意义的旅游企业。本书论述的旅游企业主要指饭店和旅行社两类典型旅游企业。

1.1.2 旅游企业财务与财务管理

1) 旅游企业财务

旅游企业财务就是指旅游企业再生产过程中的资金运动,任何企业的再生产过程都具有两重性:既是使用价值的生产和交换过程,又是价值的形成和实现过程。旅游企业生产的产品是劳务产品,虽然不像制造业那样提供的是有形的物质产品,但是无形的服务同样能满足人们的特定消费需求,并在满足需求的过程中实现价值增值,因而旅游企业提供的服务同样具有使用价值和价值。

旅游企业在提供服务满足游客需要的过程中伴随着资金的筹集、投放、耗费、回收及分配等资金运动过程,这一系列资金运动过程构成了旅游企业的财务活动内容,具体来说主要包括:

(1) 资金筹集

旅游企业经营活动离不开资金支持,如果从资金的来源性质上理解资金的话,可以将资金分为两类:一类是债务性质的资金即负债;另一类是属于所有者的资金即所有者权益。前者代表着旅游企业与债权人之间的一种借贷关系,旅游企业必须按期还本付息;后者代表旅游企业投资人所拥有的利益或权利。

旅游企业必须选择合适的筹资渠道,处理好筹资中两类资金的比例关系,以较低的筹资成本筹资和以适当的还款方式偿债。

(2) 资金投放

旅游企业筹集来的资金需要通过投放转化为各类有用的资产,如果从资金投放的结果来看,可以将资金分为两类:一类是有形资产即各种有形的生产资料、原材料和

^① 密德尔敦认为,旅游业务组织部门包括旅游经营商、旅游批发商/中间商、旅游零售代理商、会议组织者、预订代办处(如住宿预订)和奖励旅游组织者。住宿部门包括饭店/汽车旅馆、家庭旅店/住宿加早餐式旅店、农舍、公寓房屋/别墅、公寓大厦/分时度假区、度假村/度假中心、会议/展览中心、固定的和流动的活动房车/宿营地以及小游艇船坞。游览场所经营部门包括主题公园、博物馆和美术馆、国家公园、野生动物园、花园、历史文化遗产和历史文化中心、运动/活动中心。交通运输部门包括航空公司、轮船/渡船公司、铁路公司、公共汽车/客车经营商、租赁汽车经营商。目的地旅游组织部门包括国家旅游局、地区/州旅游局、地方旅游局和旅游协会。

货币资产；另一类是无形资产即知识产权、专有技术、品牌和商誉等。

旅游企业必须处理好投放在各类资产上的比例关系，以形成适当的资产结构。21世纪是知识经济时代，旅游企业尤其需要处理好在无形资产上的投资决策问题，以避免重有形轻无形的投资误区。

(3) 资金耗费

旅游企业在服务提供中，会耗费各种材料，损耗固定资产，支付员工工资及其他费用，各种生产耗费的货币表现就构成了服务产品的成本。成本是旅游企业生产经营过程中的资金耗费。

伴随着资金耗费，旅游企业在为消费者提供服务效用的同时，也创造出新的价值，其中除补偿员工为自己劳动创造的价值以外，还包括为社会劳动创造的价值。旅游企业必须控制好资金耗费过程，也即控制好成本，才能最大限度地创造利润。

(4) 资金回收

旅游企业在为消费者提供服务以后，便可按一定价格实现一定量的货币收入，由此实现了资金回收。由于回收的方式不同，会产生现收收入和应收收入。

旅游企业必须密切关注资金回收量的多少和回收时间的长短，才能确保实现资金回收目标，为此必须制定合理的价格，选择适当的结算方式。

(5) 资金分配

旅游企业取得的货币收入要用于弥补各项耗费，要向国家缴纳各项税金，要向债权人还本付息，要向投资者分红等等，由此实现资金的分配过程。

旅游企业必须处理好分配中的各种关系，只有利益关系协调好了，才能为旅游企业持续经营创造良好的内外部条件。

2) 旅游企业财务关系

旅游企业在以上论述的资金运动中，不可避免地会与各方面利益主体发生各种经济上的联系，这种联系形成的关系就是财务关系，主要包括：

(1) 旅游企业与投资者、受资者的财务关系

无论是旅游企业从各种投资者那里筹集资金，还是旅游企业向其他单位投资，都会形成投资方与受资方的关系，受资方应当向投资方分配投资收益。这种关系在性质上属于所有权关系。双方必须承担各自的责任和享受各自的权益。

(2) 旅游企业与债权人、债务人的财务关系

旅游企业在购销活动中会与有关单位发生货款收支结算关系，也会由于资金周转的需要与有关单位发生资金借贷关系。这种关系在性质上属于债权债务关系、合同关系。双方同样要保证各自的权利和义务按合同规定落实到位。

(3) 旅游企业与税务机关的财务关系

税务机关以社会管理者的身份与旅游企业发生征缴税款的财务关系，旅游企业必须依法足额按时缴纳各项税金，履行应尽的义务。

(4) 旅游企业与客人的财务关系

旅游企业由于向客人提供了服务产品而享有获得收入的权利，由于结算方式不同，会形成现收收入和赊收收入，如何实现收入安全回收，是旅游企业财务管理的重要内容。

(5) 旅游企业内部的财务关系

旅游企业在取得收入后,要向员工支付工资、津贴和奖金等,这种财务关系体现了个人和集体在劳动成果上的分配关系,要按有关分配政策协调好这种关系。

旅游企业上述的各种财务关系是在从事生产经营,进行资金的筹集、投放、耗费、回收和分配等财务工作中产生的。它是伴随着财务活动必然产生的一种经济现象,离开了这些财务关系,旅游企业的资金运动就缺乏效率和动力。由此可见,旅游企业财务就其本质而言,是指其经营过程中的资金运动及其所体现的财务关系。由财务的这种本质不难发现旅游企业财务管理的对象是旅游企业的资金运动。

3) 旅游企业财务管理的内涵

综上所述,旅游企业财务管理是指旅游企业利用货币形式,根据国家政策法规和资金运动规律,组织财务活动和处理财务关系所进行的一种全面的价值管理活动。通过对资金的运动过程实施管理与控制,达到实现财务控制、促进经营发展、提高经营效益的目的。

[相关链接1—1] 一分钱的妙用

做好财务管理要记住三句话:一分钱要当两分钱花(杜绝浪费);一分钱要做两元钱生意(加速资金周转);自己出一分钱,设法让人家(社会)出两元钱、三元钱(利用社会资金)。

理解财务管理的含义要注意以下几点:

(1) 财务管理的依据是国家政策法规和资金运动规律。既然资金运动是财务管理的对象,那么财务管理就必然要遵循资金运动的规律,违背规律势必受到规律的惩罚。财务管理涉及利益关系的协调,必须遵循国家政策法规的要求,否则违法也要受到惩罚。

(2) 财务管理的对象是资金运动,也就是财务活动及其体现的财务关系。财务管理不同于其他管理活动,它是对资金流的一种管理,因此资金运动成为它关注的核心。

(3) 财务管理的性质是一种全面的价值管理。旅游企业各方面生产经营活动的质量和效果,大都可以从资金运动中综合反映出来,而资金是一种价值表现形态,因此它是一种全面的价值管理活动,这是它区别于其他管理的特点所在。

(4) 财务管理的主体应是全员,尤其是各级管理者。旅游企业只有建立全员理财系统,才能有效地实现财务管理目标,为此,必须将财务管理与会计核算区分开来,走出财务管理由财务部或会计部来做的认识误区。其实旅游企业各级管理人员在经营管理过程中都涉及不同的财务问题,见表1—1(以饭店为例)。

4) 旅游企业财务管理的地位

按照系统论的观点,旅游企业是一个由众多子系统构成的大系统,简单来说这个大系统是由以下众多子系统构成的:战略管理系统、组织设计与运作管理系统、人力资源管理系统、市场营销管理系统、服务管理系统、生产管理系统、质量管理系统、财务管理系统、工程与安全管理系统、科学管理运作系统等。^①其中财务管理系统处于核心地位,原因是:首先,旅游企业存在于社会上的价值是能够创造利润,而利润

^① 齐善鸿等:《现代饭店管理新原理与操作系统》,广州,广东旅游出版社,1999。