

高等院校旅游类专业教材

旅游企业财务管理

李隆茂 李亚利 主编



高等教育出版社

高等院校旅游类专业教材

旅游企业财务管理

李隆茂 李亚利 主编

高等教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游企业财务管理/李隆茂,李亚利编. - 北京:高等教育出版社,1999 (2001 重印)

ISBN 7-04-007196-7

I. 旅… II. ①李… ②李… III. 旅游-企业-企业管理:财务管理 IV. F590.66

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 30953 号

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号 邮政编码 100009

电 话 010-64054588 传 真 010-64014048

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

经 销 新华书店北京发行所

排 版 高等教育出版社照排中心

印 刷 北京印刷三厂

开 本 850×1168 1/32 版 次 1999 年 6 月第 1 版

印 张 17.875 印 次 2001 年 9 月第 2 次印刷

字 数 450 000 定 价 22.30 元

凡购买高等教育出版社图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

内 容 简 介

本书是高等院校旅游类专业系列教材之一。全书共 10 章,主要包括总论、筹资管理、投资管理、旅游企业资产管理、旅游企业人力资源管理、旅游企业成本费用控制、旅游企业收入和利润管理、旅游企业财务分析、旅游企业全面预算、企业兼并与破产的财务管理和附表等。

本书除可以作为高等院校旅游专业教材外,还可以作为高等职业学校和自学考试的旅游专业教材,以及旅游行业中、高级管理人员的培训教材。

出版说明

随着经济的发展和人民生活水平的提高,在世界范围内,旅游正在成为现代人类社会重要的生活方式和社会经济活动。20世纪50年代以来,大众化的群体旅游脱颖而出,保持着强劲的发展势头并迅速形成规模产业,成为继汽车、房地产之后世界经济中重要的支柱产业。据世界旅游组织(WTO)的预测:到本世纪末,全球旅游人数每年将多达30亿人次,其中国际旅游者达10亿人次,旅游业收入可达2万亿美元。而且随着人们闲暇时间的增多、教育水平的提高以及其他有利的社会经济因素,今后参加旅游的人数将会不断增加。所有这些都显示出现代旅游业充满勃勃生机和令人鼓舞的光明前景。

近十年来,中国旅游业取得了令人瞩目的辉煌成就,由传统的接待事业一跃转变为在国民经济中占重要地位的经济产业;并由过去单一的观光型旅游发展成为集观光、度假、商务、研修等多功能于一体的综合旅游。中国旅游业的综合实力已被列为世界第五大旅游国。旅游业的持续高速发展要依赖于旅游教育整体水平的提高;另一方面,旅游业的蓬勃兴旺也促进了旅游教育的迅速发展。截至1996年,全国高等旅游院校和已开办旅游专业的院校已发展到160多所,形成了“服务旅游业、促进旅游业”的可喜局面,然而与此配套的高等旅游教育教材建设则显得滞后,理论过时和资料陈旧的问题较为突出。

为了适应高等旅游教育教材建设的迫切需要,高等教育出版社以中国旅游教学研究会为依托,精心组织了国内部分高等旅游院校的专家学者,编写了第一轮供高等旅游院校通用的系列教材,包括:《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销学》、《旅游资

源学》、《旅游心理学》、《旅游法教程》、《旅游英语》、《旅游饭店管理概论》、《旅行社经营管理》、《餐饮管理》；第二轮配套教材《旅游文化学》、《旅游企业财务管理》、《旅游公共关系学》和《旅游企业计算机管理应用》。本套教材选题广泛，涵盖了旅游经济、旅游企业管理、旅游服务和旅游文化等层面，并且紧密结合国际、国内旅游业发展的实际，从较高的理论起点阐述了现代旅游管理和经营的一般规律，理论与实务兼备，注重了理论的超前性和引用资料的时效性。此套教材也可作为高等职业教育、自学考试的专业教材，以及旅游行业中、高级管理人员的培训教材，它为专业人员提供循序渐进的自学参考与指引。参与此次教材编写的单位有：中国旅游学院、北京旅游学院、南开大学、天津商学院、华东师范大学国际商学院、上海交通大学、上海大学、杭州大学旅游学院、青岛大学国际商学院、南京大学、湖北大学、西安交通大学、重庆师范学院、云南大学、暨南大学中旅学院、武汉大学旅游学院、扬州大学旅游学院、华侨大学等。在教材编写过程中，邀请了我国旅游教学界知名的教授和专家对此套教材进行了严格的审定。借此对支持和参与这套教材编、审工作的专家、学者表示感谢。

本套第一轮教材将已于1998年秋出版发行；第二轮教材将于1999年5月出版发行。欢迎全国有关院校师生和专业人士选用，并请提出宝贵意见，以利逐步完善。

高等教育出版社

1998年7月1日

前 言

党的十一届三中全会以来,随着我国旅游业的迅速发展,旅游高等教育发展很快,急需反映现代旅游经济特点的旅游企业财务管理教材。为此,我们在总结长期从事旅游企业财务管理教学与研究经验的基础上,编写了这本《旅游企业财务管理》一书。

本书在继承我国企业财务管理方面长期积累的丰富经验的同时,根据我国旅游经济管理发展的要求,积极吸收近年来国内外新的企业财务管理研究成果,全面、系统、科学地阐述了旅游企业财务管理的理论、原则和方法。在编写过程中,紧密结合一般企业财务管理与旅游经济管理、财务管理实务与旅游高等教育的需要,十分注意正确性、适用性、前瞻性、可读性,力求做到内容新颖、科学规范、富有特色。

本书共分总论、资金筹集、投资管理、资产管理、人力资源管理、成本费用管理、收入利润管理、财务分析、全面预算、企业兼并与破产的财务管理等十章。各章内容既相对独立,自成体系;又相互联系,形成本书的统一整体。使之既便于普通高等学校教学使用,又便于各种旅游管理专题培训班教学使用。为方便读者自学,各章配有大量实例和图表。所以本书既可作为高等学校旅游管理、会计、财务管理以及其他工商管理专业的教材或必备的教学参考用书外,也可作为旅游管理短训班教材和旅游管理人员自学用书。

本书第二、三、十章由李亚利副教授执笔;第四章第一、三、四、五、六、七节由张玉凤副教授执笔;其余章节由李隆茂教授执笔。李隆茂教授担任主编,负责全书修改、总纂。最后由杨爱芬教授审定。

本书在编写过程中得到许多同志的支持和帮助,尤其王小娟、陈洁、孙睦立、黄亚喜、李晓琳、叶晓鹏、黄晓波、房微等同志做了大量工作;还有不少专家、教授给予了宝贵的指导,在此一并表示衷心感谢。

由于我们水平有限,书中难免出现疏漏和错误,恳请读者批评指正。

编者

1998年9月于北京

责任编辑	李冬梅
封面设计	刘晓翔
责任绘图	黄建英
版式设计	马静如
责任校对	姜国平
责任印制	张泽业

目 录

第一章 总论	1
第一节 现代旅游企业	1
第二节 旅游企业财务管理目标和任务	9
第三节 财务管理的基本原则和方法	16
第四节 财务管理在企业管理中的地位和内容	22
第五节 财务管理体制	28
第六节 财务会计人员岗位职责划分	44
第七节 企业原始凭证	66
第二章 筹资管理	88
第一节 筹资概述	88
第二节 资金成本	92
第三节 自有资金的筹集	97
第四节 负债融资	112
第五节 筹资决策	122
第三章 投资管理	132
第一节 投资概述	132
第二节 投资的时间价值和风险价值	135
第三节 固定资产投资	146
第四节 证券投资	170
第四章 旅游企业资产管理	182
第一节 货币资金管理	182
第二节 外汇管理	192
第三节 结算资金管理	202
第四节 存货管理	209
第五节 固定资产管理	219
第六节 无形资产管理	236

第七节	递延资产及其他资产管理	242
第五章	旅游企业人力资源管理	246
第一节	人力资源管理的任务	246
第二节	人力资源使用标准	249
第三节	人力资源投资成本的控制	254
第四节	人力资源使用费的控制	262
第六章	旅游企业成本费用控制	276
第一节	成本费用控制概述	276
第二节	成本费用控制范围	282
第三节	成本费用控制程序和网络	290
第四节	成本控制目标决策	297
第五节	餐饮成本日常控制	310
第六节	费用预测和决策	318
第七节	税金管理	332
第七章	旅游企业收入和利润管理	339
第一节	企业收入概述	339
第二节	合理定价	343
第三节	营业收入预测和决策	352
第四节	利润控制系统	365
第五节	利润目标决策	370
第六节	利润日常控制	382
第七节	利润分配	390
第八章	旅游企业财务分析	396
第一节	财务分析目的和要求	396
第二节	财务分析形式和技术方法	401
第三节	偿债能力分析	410
第四节	盈利能力和社会贡献能力分析	416
第五节	营运能力分析	422
第六节	发展能力和其他财务指标分析	426
第九章	旅游企业全面预算	440
第一节	全面预算的构成	440

第二节	全面预算工作组织和工作程序	444
第三节	全面预算编制技术方法	448
第四节	损益预算	488
第五节	其他预算	510
第十章	企业兼并与破产的财务管理	524
第一节	企业兼并与破产概述	524
第二节	企业兼并价格决策分析与谈判艺术	536
第三节	企业破产清算的财务管理	542
附表		551

第一章 总 论

第一节 现代旅游企业

旅游,是指人们离开常住地,外出旅行,到其他地方去游览参观的一项活动。它是随着科学技术的进步,生产力的发展,人们生活内容的不断丰富而产生和发展起来的。旅游企业,则是为人们提供旅游服务的独立核算的经济组织。旅游活动自古有之,但其迅猛发展则是在第二次世界大战以后。所谓的现代旅游企业,指的就是第二次世界大战以后,适应人们不断增长的旅游需求而发展起来的专为人们提供旅游服务的各种企业,包括旅游饭店、旅行社、旅游车船公司、旅游(集团)总公司以及饭店管理公司等。了解这些不同的旅游企业,掌握它们各自在经营范围、经营方式等方面的特点,是从事企业财务管理的前提。

一、旅游饭店

旅游饭店是为人们外出旅游活动提供住宿、餐饮和服务的企业。人们出门在外,首先需要的是一个暂时居住的场所。饭店是整个旅游业的重要组成部分。它的主要特点表现在以下几方面:

(一) 经营范围广,项目多

现代饭店(宾馆、酒店、旅馆)为满足人们多方面的需求,随着社会经济的发展,其经营范围不断扩大,经营项目逐渐增加。许多旅游饭店,已不是单纯地经营客房、餐饮,而是发展成为多项经营的综合性服务企业。不少旅游饭店,为了方便旅游者购物,设有大

型商场;为了满足客人娱乐要求,不惜耗费巨资建造影剧院、游艺室;为了满足客人健身的需要,修建了豪华的健身房、游泳池、保龄球和网球场等;为了满足商务客人和公务旅游者的需要,还提供相应的会议室等社交场所。为使客人如同在家里一样生活方便,还为客人提供洗衣、美容美发等服务,并配备各种通讯联络设施。甚至有的饭店经营项目多达二十余项,形同一个小社会。

(二) 建设标准高,投资大

现代饭店为适应客人不断提高的消费需求,其建设标准高,投资大。根据国际饭店建筑投资标准,中低档饭店,一般每个标准间的建筑面积为 12×22 英尺,即 264 平方英尺(约 25 平方米),其建设投资为 2~4 万美元;中档或中档偏上等级的饭店,每个标准间的面积为 14×28 英尺,即 392 平方英尺(约 36 平方米),其建设投资为 4~6 万美元;豪华级饭店,建设标准更高,每个标准间的建筑面积为 16×32 英尺,即 512 平方英尺(约 47 平方米),其建设投资高达 8~10 万美元。

(三) 用人多,要求高

现代饭店用人多。所用人员,包括服务人员和管理人员与客房数量的比例,在西欧一些国家和美国,大约是 0.6:1,在我国一般为 1.5:1 至 2:1,有些国家比例更大。一般认为饭店属于劳动密集型行业。饭店服务对象是客人,且旅游饭店的客人常有许多是外国人,因此客人对服务质量的要求高。为他们的生活起居和商务活动等提供服务,态度要热情,工作要细致周到,服务设施要清洁卫生,食品饮料要味美齐全,起居场所要幽静安全,通讯设施要完好,等等。而饭店服务质量的好坏,关键在人员素质高低。饭店不仅要有高素质的服务人员直接为客人提供优质服务,更要有高素质的管理人员,不断研究社会对饭店服务质量的需求,优化服务质量保证体系,确保对客人服务到位。为此,饭店必须搞好人力资源投资,做好员工培训工作,全面提高员工素质,增长业务知识和工作技能,自觉遵守职业道德,主动热情做好服务,包括服务人

员为客人的服务和管理人员为服务人员的服务。

(四) 社会化程度高

现代饭店经营范围广,客人流动大,与外界联系紧密。其经营受社会政治经济形势影响大。政治稳定,经济繁荣,社会治安好,人们出行多,饭店的客源就丰富。若要客人来到饭店住宿、用餐、购物、娱乐,则饭店又需要做好产品推销工作,使客人了解饭店,产生兴趣,方能有购买行为。因为饭店的位置是固定的,而客人却是来自各地,饭店必须选择好自己的客源市场,按其客人需要,提供标准服务。所以饭店业务经营社会化程度高,经营者必须深刻了解社会对饭店的需求,同时又必须明确社会对饭店的供给,以寻求最佳的经营之道。

(五) 经营季节性强

气候有季节性,人们出行有季节性,于是饭店经营也有季节性。我国除南方少部分亚热带地区外,大部分地区四季分明,冬天很冷。如西安、北京等地,冬季严寒,不是旅游的好季节,旅游者减少,饭店客房利用率低,营业收入大幅度下降,尤其一些高档饭店,这种现象更严重,人们称这个时期为旅游淡季。饭店经营者要充分认识饭店的这一特点,利用淡季组织员工培训,进行设备修理,或开展新的业务,或降低销售价格,实行优惠措施,以提高饭店设施利用率,增加营业收入。

二、旅行社

旅行社是人们旅游活动的组织者和经营者,它将旅游者按其兴趣和要求,组成一个旅游团,规定旅游地点、路线、往返时间,安排途中食宿、交通,统一收费标准,统一组织游览参观,并派导游翻译人员提供导游翻译服务。它一方面招徕游客,另一方面又向饭店提供客源,是整个旅游业的重要组成部分。它的主要特点如下:

(一) 为旅游者只提供劳务,不提供服务设施

旅行社只是组织分散在各处的旅游者外出旅游,提供导游翻

译服务,自己并不向游客提供交通工具和住宿场所。它是利用民航、铁路、汽车公司和轮船公司的交通工具运送游客,利用饭店的设施供游客食宿,利用景点的文物古迹或自然风光供游客观赏,自身并不提供这些方面的服务设施。它要求自己的工作人员通晓一些旅游胜地的情况,了解旅游市场的需求,具备一定的社交能力和组织能力,包订饭店,包订飞机,与多方联系,满足旅游者的不同要求,组织他们到愿意去的地方旅游。

(二) 资金投入少,结算工作多

旅行社作为旅游中介机构,其业务特点是通过组织工作和提供劳务取得收益,不向旅游者提供服务设施,不需要太多的固定资产投资和物资储备投资。但它的交易特点是金额少,次数多,协作广,涉及单位多,每接待一个旅游团都要和买卖双方进行大量复杂的结算工作,结算周期长,资金周转量大。因此,结算资金管理,显得尤其重要。

(三) 经营活动依附性很强

旅行社作为旅游中介机构,其自身的经营活动不能单独进行。由于客源分散,旅行社必须依靠众多的旅游商销售其商品,以招徕游客;而有了游客,又必须依靠民航、铁路、汽车运输以及饭店、景点等提供各种旅游服务,其经营活动才能完成。为此,旅行社需要建立地区分布合理、数量足够、关系稳定的推销网络和由众多旅游服务供应者组成的供应网络,要妥善处理和这两个网络的关系,才能取得充足的客源和优质价廉的旅游服务。

三、旅游车船公司

旅游车船公司是旅游汽车公司和游船公司的总称,是专门从事旅客位移活动的生产企业。旅游汽车公司是用汽车运送旅客抵达各种目的地,如旅游点、车站或飞机场。游船公司则是用船载运客人去参观游览,如长江游船是载运客人游览长江三峡,漓江游船是载运客人领略漓江风光,其目的是有所不同的。但它们的共同

特点是：

(一) 具有独立的生产过程

旅游车船运输具有独立的生产过程——只改变旅客的位置，对其质量也有其特定的内容和要求，如安全、及时、经济、方便、舒适等。应当在运输过程中，认真贯彻“安全优质第一”的方针，做好全面质量管理工作。

(二) 在旅游业中具有重要的地位

旅游车船公司为旅客提供运输劳务，旅客才有可能外出游览；而运输质量高，并且安全、及时、经济、方便、舒适，才能增强旅客外出游览的兴趣。它们是激发人们旅游消费并保证旅游消费实现的中介、纽带和桥梁。它们在整个旅游业中处于十分重要的地位。它们的存在和发展，对整个旅游业产生和发展具有十分重要的作用；同时，整个旅游业发展状况又影响着它们发展的程度。因此，旅游车船公司必须研究整个旅游业的发展、了解旅客的流量、流向、流时及其变化规律，合理组织运输生产，千方百计满足旅客的需要。

(三) 其生产经营活动具有很强的流动性

旅游车船公司的生产和消费是同时进行的。汽车公司的消费者分散在各处，而他们到达的地点又各异；除旅行团有固定的接送地点外，其余均很分散，随时随地为消费者提供服务。它的生产经营具有很强的流动、分散、点多、面广、机动、灵活的特点。游船载运游客虽有固定的码头，但其生产活动也是流动的，它是在游船航行中为客人参观游览提供条件，在航行中为客人提供服务。所以，旅游车船公司在其管理体制、生产组织、经营管理、财务管理方面都必须正确处理集中领导和分级管理的关系，使之能根据人们旅游需要和运输市场情况，有效地组织运输生产经营活动。

四、旅游(集团)总公司

企业集团化是当今世界经济发展的重要趋势。近年来，我国