

21世纪高等学校应用型特色精品规划教材

现代旅游酒店会展服务系列



旅游企业财务管理

赵素娟 苏玲朵 主编



清华大学出版社

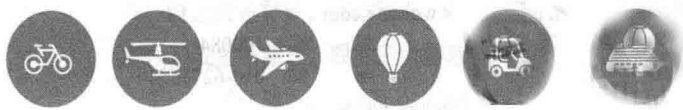
21世纪高等学校应用型特色精品规划教材

现代旅游酒店会展服务系列



旅游企业财务管理

赵素娟 苏玲朵 主编



清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书以旅游企业资金流动为主线,将财务管理按内容划分为旅游企业财务管理概论、货币时间价值、旅游企业筹资管理、旅游企业投资管理、旅游企业营运资金管理、旅游企业成本管理、收入管理与股利政策、旅游企业财务报表分析,共8章。每章都由专门的引导案例引出,中间穿插大量的拓展知识和案例分析,增强知识的趣味性,便于读者理解和掌握。书中数据均选取近两年的较新数据,增强内容的时效性。每节后面都设有评估练习,便于读者对知识的理解与考核。

本书可作为应用型本科和高职高专院校旅游管理专业财务管理课程的教学用书,也可用于旅游企业管理人员培训和自学用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游企业财务管理/赵素娟,苏玲朵主编. —北京:清华大学出版社,2016
(21世纪高等学校应用型特色精品规划教材. 现代旅游酒店会展服务系列)
ISBN 978-7-302-44944-7

I. ①旅… II. ①赵… ②苏… III. ①旅游企业—财务管理—高等学校—教材 IV. ①F590.66

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第208308号

责任编辑:孟毅新

封面设计:王 军

责任校对:袁 芳

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969; c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015; zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4278

印 装 者:三河市春园印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:18.5

字 数:409千字

版 次:2016年12月第1版

印 次:2016年12月第1次印刷

印 数:1~2500

定 价:39.80元

产品编号:069795-01

前 言

旅游业是指直接为游客提供出行、住宿、餐饮、游览、购物、娱乐等服务活动的行业,旅游相关产业则是指为游客出行提供旅游辅助服务和政府旅游管理服务等活动的产业。国家统计局核算的结果显示,我国出境旅游 2015 年度的营业收入突破了 1 500 亿元。2015 年度在线旅游主要几家公司的总营业收入在 300 亿元以内,还不到出境游大盘子的五分之一,出境游无疑是一个巨大的市场。另外,全球经济下行压力依然巨大,各国为吸引中国游客纷纷出台新的签证政策,加上人民币于 2016 年 10 月 1 日正式加入 SDR,出境游的外部环境正在不断变好。所以多家在线旅游企业和旅行社集团将 2016 年出境游的重心放在了出境游业务上,预计 2016 年出境旅游业收入将达到 2 000 亿元左右。

中国在世界旅游业中的地位不断上升。据世界旅游组织预测,到 2020 年中国将成为全球最大的国际旅游目的地国家和第四大旅游客源国,世界经济迅猛发展,行业划分越来越细,旅游会计蓬勃发展,“重会计,轻财务”“重核算,轻管理”已不适应现代旅游企业的发展要求,旅游企业财务管理应运而生。随着我国旅游市场的飞速发展和日益完善,对旅游企业财务管理的需求越来越大。

本书吸收了许多当前流行的财务管理学教材的优点,总结编者多年的财务管理教学与实践经验,力求体现以下特色。

(1) 每章都由专门的引导案例引出,中间穿插大量的拓展知识和案例分析,增强知识的趣味性,便于读者理解和掌握。

(2) 数据均选取近两年的最新数据,增强内容的时效性。

(3) 每节后面都设有评估练习,便于读者对知识的理解与考核。

(4) 实践操作性强,结合典型企业实际案例对旅游企业财务进行了计算与分析,并提出了合理化建议,使学习者对旅游企业财务管理有一个总体的把握。

本书介绍了旅游企业及旅游企业财务管理的现状,重点涵盖旅游企业筹资管理、投资管理、营运资金管理、成本管理、收入管理及股利分配政策;介绍了旅游企业资产负债表、利润表及现金流量表,根据三大报表计算财务比率,并根据计算结果进行财务分析,对企业发展提出合理化建议。本书可作为应用型本科和高职高专院校旅游管理专业财务管理课程的教学用书,同时也可以用于旅游企业管理人员培训和自学用书。

本书的内容分为 8 章,由赵素娟、苏玲朵主编。赵素娟负责教材的总体结构设计,苏玲朵总纂全书内容,编写分工如下:第一章、第三章、第四章由赵素娟编写;第二章、第五章、第六章、第七章、第八章由苏玲朵编写。

本书编写过程中,我们力求精品,但书中难免有不足之处,恳请读者批评、指正。

编 者
2016 年 8 月

目 录

第一章 旅游企业财务管理概论	1	二、旅游企业筹资管理的	
第一节 认识旅游企业	2	内容	47
一、旅游企业类别	3	三、旅游企业筹资方式	49
二、旅游企业组织形式	4	四、旅游企业筹资的分类	51
三、旅游企业特征	8	五、旅游企业筹资管理的	
第二节 旅游企业财务管理综述	9	原则	54
一、旅游企业财务管理的目标	9	第二节 资金需要量预测	56
二、影响财务管理目标实现的		一、因素分析法	56
因素	10	二、营业百分比法	57
三、旅游企业财务管理的		第三节 资本成本	60
内容	14	一、资本成本概述	60
四、旅游企业财务管理的		二、资本成本计算	63
环节	16	第四节 股权筹资	68
五、旅游企业财务管理的		一、吸收直接投资	68
方法	18	二、发行股票	72
六、旅游企业财务管理的		三、留存收益	79
原则	18	四、股权筹资的优缺点	80
七、旅游企业财务管理的		五、股权筹资案例	81
环境	20	第五节 债务筹资	85
第二章 货币时间价值	26	一、银行借款	85
第一节 复利终值与现值	27	二、发行公司债券	88
一、货币时间价值的含义	27	三、债务筹资的优缺点	91
二、终值和现值的计算	28	四、债务筹资案例	92
第二节 年金终值与年金现值	32	第六节 筹资风险与资本结构	97
一、普通年金	33	一、筹资风险	97
二、预付年金	35	二、资本结构	102
三、递延年金	36	第四章 旅游企业投资管理	110
四、永续年金	38	第一节 风险与投资的基本	
第三章 旅游企业筹资管理	42	关系	112
第一节 旅游企业筹资概述	44	一、旅游投资风险	113
一、旅游企业筹资动机	44	二、投资风险衡量	117
		第二节 认识证券投资	120

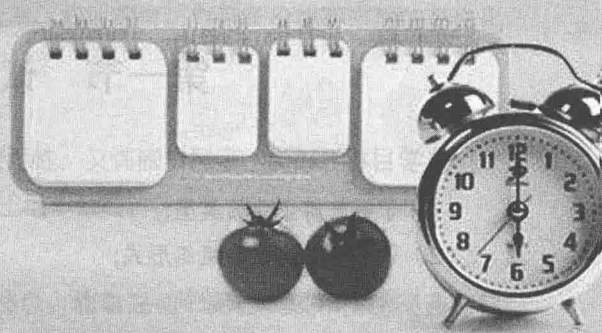
一、证券投资概述	121	四、存货经济批量模型	179
二、旅游企业债券投资管理	123	五、存货日常管理	183
三、旅游企业股票投资管理	127	第六章 旅游企业成本管理	189
四、旅游企业证券投资组合 策略与方法	132	第一节 旅游企业成本管理概述	191
第三节 认识项目投资	134	第二节 旅游企业成本费用管理	195
一、旅游企业项目投资概述	134	一、旅游企业成本费用的 内容	195
二、旅游企业项目投资决策 评价指标	138	二、旅游企业成本费用的 分类	198
三、旅游企业固定资产投资 管理	144	第三节 旅游企业成本费用预算的 编制方法	199
第五章 旅游企业营运资金管理	152	一、旅游企业成本费用预算的 意义	199
第一节 旅游企业营运资金概述	153	二、旅游企业成本费用预算的 编制程序	200
一、旅游企业营运资金的 概念	153	三、旅游企业成本费用预算的 内容	200
二、旅游企业营运资金的 特点	154	四、旅游企业成本费用预算的 分类	201
三、旅游企业营运资金管理的 意义	154	五、旅游企业成本费用预算的 编制方法	201
第二节 旅游企业现金管理	155	第四节 旅游企业经营保本的 预测	206
一、旅游企业现金管理的 目的	155	一、经营保本点及意义	206
二、现金的成本	156	二、经营保本点预测的方法	206
三、最佳现金持有量的确定	158	第五节 旅游企业成本控制	211
四、现金收支的日常管理	164	一、旅游企业成本控制的 原则	211
第三节 旅游企业应收账款管理	167	二、旅游企业成本控制的基本 方法	212
一、应收账款及其管理的 意义	167	三、旅游企业成本控制的基本 程序	214
二、应收账款的成本	169	四、旅游企业主营业务成本 控制	214
三、信用政策	169	五、旅游企业期间费用控制	218
四、应收账款的日常管理	174		
第四节 旅游企业存货管理	177		
一、存货及其管理的意义	177		
二、旅游企业存货的功能	178		
三、存货成本	178		

第七章 收入管理与股利政策	219	一、资产负债表.....	244
第一节 旅游企业收入管理.....	220	二、利润表	246
一、旅游企业营业收入概述	221	三、现金流量表.....	248
二、旅游企业营业收入的 确认.....	224	第二节 财务比率分析	250
三、旅游企业营业收入的 意义.....	226	一、财务分析概述.....	250
四、旅游企业营业收入的回收 方式.....	226	二、基本的财务比率.....	254
五、旅游企业营业收入的 管理.....	227	三、杜邦财务分析体系.....	262
第二节 旅游企业股利分配政策.....	231	第三节 丽江玉龙旅游股份有限 公司财务分析	265
一、旅游企业利润的概念与 构成.....	231	一、公司财务状况分析.....	266
二、利润分配概述	233	二、态势分析	277
三、影响股利政策的因素	239	三、前景展望	280
四、股利分配政策	241	附录	282
第八章 旅游企业财务报表分析	243	参考文献	286
第一节 旅游企业主要的财务 报表	244		

第一章

旅游企业财务

管理概论



引导案例

旅游企业财务管理的重要性

刘佳作为财务总监受聘于一家四星级酒店。当刘佳跨入酒店的第一天，她满怀兴奋的心情向总裁索取上一年度的财务报告，想了解一些酒店的基本财务状况。然而，总裁的回答令她很吃惊，“这正是我们需要你的原因。”“酒店的入住率不低，主营业务发展不错，也不断地有些新项目，酒店各部门都显得忙忙碌碌，看上去很赚钱”，刘佳对酒店的最初印象就是如此。但是，当所有账目结果出来后却让她震惊，酒店的账面上几乎都是应收账款和库存，根本没有盈利，这是刘佳万万没有想到的。

究其原因，就是以前酒店几乎没做过全面预算管理。所以，没人知道目标利润，没人知道花了多少钱，也没人去想做这些事情能给企业带来什么。融资来的 1 000 万元什么时候花完、花完了怎么办、能否给投资人带来什么回报、以后能否吸引更好的投资等问题，大家好像都忙得顾不上这些，但这些恰恰是一家企业运作中最核心的问题。

为什么有的企业看上去很好，顾客盈门，生意兴隆，却在一夜之间突然倒闭？深究其原因，往往都是财务管理不力惹的祸。财务管理是目前大多数旅游企业普遍存在的薄弱环节，也成为限制旅游企业进一步发展的瓶颈。加强财务管理，平衡企业资金收支状态，增强企业抗风险能力，是我们旅游企业进一步发展壮大前提。

（资料来源：周桂芳. 旅游企业财务管理 [M]. 北京：中国林业出版社，北京大学出版社，2008.）

辩证性思考：

1. 旅游企业都有哪些类型？能否举出一些大家熟知的实例。
2. 财务管理是什么？谈谈你的想法。
3. 财务管理对于旅游企业的重要意义？

第一节 认识旅游企业

教学目标：

- （1）了解旅游企业的类型；
- （2）了解旅游企业的组织形式；
- （3）掌握旅游企业的特征。

旅游企业是能够以旅游资源为依托，以有形的空间设备、资源和无形的服务效用为手段，在旅游消费服务领域中进行独立经营核算的经济单位。

一、旅游企业类型

(一) 旅游中介企业

旅游中介企业也称为中间商,它们从旅游产品生产者那里订购各种旅游产品和服务,如住宿、交通、保险等,然后再转卖给旅游经营者或游客,并从中获得佣金。由于旅游中介企业面对着不同的经营对象,又可以分为旅游经营商(包括批发商)和零售代理商。前者将旅游过程中分散的产品组合成一个整体,并以包价的形式通过旅游零售代理商销售;后者为消费者提供现成的旅游线路,如旅行社。

旅游中介服务已成为全球的销售旅游产品和服务的普遍形式。因此,旅游中介企业的存在给旅游产品的生产者、消费者和旅游目的地都能带来利益,归纳如下。

(1) 使旅游生产者能够大量地销售自己的产品,并通过销售将风险转嫁给旅游经营商。

(2) 产品供应商通过集中性的旅游交易可以减少促销费用,避免花费昂贵的代价对消费者直接促销。

(3) 旅游者可以通过购买包团旅游的方式节约收集信息和处理其他事物的时间和费用。

(4) 消费者能从旅游经营商那里了解旅游专业知识,把旅游中的不确定性因素降到最低程度。

(5) 批发商具有强大的讨价还价能力,使游客能获得较低的旅游价格。

(二) 旅游交通企业

旅游交通企业是为游客从常住地到旅游目的地的往返以及在各旅游目的地内提供空间转移服务手段的机构。其中往返于旅游目的地的交通企业具有公共性,既可以为旅游消费者服务,也可以满足非旅游的运输需要,称为大交通企业;在旅游目的地的交通服务对象相对更明确,主要为游客服务,也称为小交通企业。旅游交通企业的内部划分以交通工具使用的不同为标志。它们满足游客对时间、效率、舒适程度、空间和价格等方面的多样化要求。具体划分如下。

1. 公路交通企业

运用汽车这一交通工具,既有户到户的灵活性,又有欣赏风景的良好视野,还可以提供交通过程中的娱乐,如旅游汽车公司、旅行出租车公司。

2. 铁路交通企业

铁路具有运量大、价格低、持续性长等特点。随着高速公路的发展和空中交通的普及,铁路企业已感到了竞争的压力,铁路公司纷纷通过提速和改善服务予以应对。我国铁路企业为国家所有、运营稳定、建设周期较长。

3. 航空交通企业

从事空中交通业务的旅游企业以飞机为经营手段。航空交通具有速度快、范围广的特

点,对于商务游客能节省时间,甚至可以到达缺乏交通设施的地区,如遥远的荒岛。但航空交通企业投资规模和运输成本都较大、服务技术和管理要求也高。

4. 水上交通企业

传统的水上交通企业,主要是解决游客涉水空间转移的商业性机构,如轮船公司。由于长途航行的效率、安全和气候的限制因素,其运客业务逐渐被其他交通企业所代替。但是,经营具有度假旅游产品和交通工具双重性的巡游业务的公司在欧美发达国家业绩上升明显。

(三) 旅游住宿企业

旅游住宿企业也就是我们通常所说的商业性质的饭店和宾馆。它是为顾客提供住宿和其他服务的企业机构。住宿企业同其他企业一样,是利用各种生产要素和管理手段从事生产经营活动,在创造利润的动机和承担风险的情况下,以取得企业效益和社会效益的经济组织。

随着社会的进步和发展,住宿企业提供的产品的功能和设施日益多样化,包括客房、餐饮、购物,以及宴会、会议、通信、娱乐、健身等服务。而且根据消费和管理的不同需求,住宿企业又形成了各种类型,如可以按星级标准划分为五星级、四星级等类型的饭店;按功能划分为商务、度假、会议等类型的饭店;按经营管理特点划分为单体经营和连锁经营饭店(包括兼并经营、合同管理、特许经营和租赁经营饭店)。

(四) 旅游吸引物企业

旅游者往往期望在外地获得愉悦,因此,旅游吸引物企业经营的对象才最能满足游客的愿望和要求,也是吸引人们到旅游目的地享受的根本原因。旅游吸引物可以划分为许多种类,形成了企业经营的业务内容。这些吸引物只有具备了获利性的条件,才有可能成为创立基于该吸引物的企业。具有代表性的旅游吸引物企业主要有以下几种。

- (1) 主题公园:如最为成功的迪士尼乐园(DisneyLand)。
- (2) 博彩公司:如澳门葡京娱乐公司。
- (3) 娱乐公司:如私人娱乐公园、美国的娱乐车制造和经营企业、娱乐刊物出版。
- (4) 娱乐表演公司:如各种影剧院、影视公司、夜总会。
- (5) 节庆和活动公司:如会展公司、高尔夫俱乐部、体育运动公司。
- (6) 旅游购物公司:如旅游商店。

二、旅游企业组织形式

(一) 业主制旅游企业

业主制旅游企业是最简单的旅游企业组织形式,这种俗称“夫妻店”的典型小旅游企业只有一个产权所有者。企业是业主的个人财产,由业主直接经营,业主享有该企业的全部经营所得,同时对它的债务负有完全责任。如果经营失败,出现资不抵债的情况,业主

要用自己的家庭财产来抵偿。

业主制旅游企业一般规模很小、结构简单,几乎没有任何专门的内部管理机构。这些小企业可能每天做几百元或几千元的生意,仅仅为小企业主的努力提供最低的工资,例如,有些小旅行社可能一个月也只有几单生意。这些企业数量很多,但总销售额却很小,对于大多数小企业来说,需要个人付出巨大的努力。业主制旅游企业的平均寿命通常较短,这是因为它们存在如下先天不足。

(1) 本身财力有限,而且由于受到偿债能力的限制,取得贷款的能力也比较差,因而难于从事需要大量投资的大规模旅游经营活动。几乎所有的业主制旅游企业的资金都来自于自身积累或亲戚朋友的借贷。

(2) 如果企业主无意经营或者死亡,该企业的业务就会中断。因此,这种类型的企业通常在旅游中介、旅游公路交通、自由职业、个体餐饮、旅游购物等领域中活动,由以家庭为单位的小旅行社、个体客运、小工艺品作坊、家庭餐馆和小纪念品商店等组成。然而,业主制旅游企业也有许多长处,如建立和歇业的程序十分简单易行;产权能够较为自由地转让;经营灵活、决策迅速;经营者与产权关系紧密、直接,因而普遍具有精打细算、勤俭持家的优点。

(二) 合伙制旅游企业

合伙制旅游企业是在两个或两个以上业主的个人财产的基础上经营的,合伙人分享企业所得、共同对企业债务承担责任。合伙制旅游企业往往需要综合不同人的才智,譬如不同专业的会计师、厨师、经理人等。合伙制旅游企业的优点如下。

(1) 由于可以由众多的合伙人共同筹集资金,因而资本规模较业主制企业大,也由于合伙人共负偿债责任,减少了其贷款的风险,它的筹资能力较单个业主制企业大大提高。

(2) 合伙人共同对企业盈亏负有完全责任,意味着他们以自己的全部财产来为企业担保,因而有助于增强经营者的责任心,提高企业的信誉。

但是,合伙制旅游企业也有一定的缺陷,主要表现在两个方面:①合伙制企业是依据合伙人之间的协议建立的。建立合伙制企业和接纳新的合伙者的谈判程序和法律程序都很复杂,筹集资金的能力比较薄弱,决策延误和差错率高。②所有合伙人对于合伙制旅游企业的债务负有无限责任,而不以他投入的那部分资本为限。这样,不能对企业的经营活动单独行使完全控制权的合伙人会面临相当大的风险。

(三) 公司制旅游企业

公司制旅游企业是一个法人组织体。它以法人的名义行使民事权利、承担民事责任,有权举债、签订合同、能在法院起诉和应诉。公司的产权分属于股东,股东有权分享公司的盈利。与合伙制旅游企业不同,公司入股人(股东)并不对企业债务负无限责任,而只在他投入的股本的范围内对债务负责。同时,公司股东不能退股,而只能转让他的股权。从企业制度的内容来分析,公司制具有以下一些明确的特征。

(1) 产权关系:所有权与经营控制权相分离。法人财产独立,企业拥有出资者投资形

成的全部法人财产权，成为享有民事权利、承担民事责任的法人实体。

(2) 企业经营方式及盈亏责任：企业以其全部法人财产依法自主经营、自负盈亏，长期亏损、资不抵债者依法破产，公司法人对其债务以法人资产为限负有限责任。

(3) 出资者权利及责任：出资者按投入企业的资本额的多少享有股东权利，对公司债务以其出资额为限负有限责任。

(4) 企业治理结构（即领导和管理体制）：企业形成所有者（股东）、决策者（董事会）、管理者（经理）三位一体的法人治理结构（也可增设监事会）。

(5) 薪酬制度：企业自主分配。管理人员和职工的收入来源是工资和奖金，股东可根据企业经营成效按出资额的多少分得红利。

(6) 人事制度：实行聘用制或招聘制。职工与企业法人之间的关系是劳动合同关系。在实行职工持股的情况下，职工具有股东和劳动者的双重身份。

(7) 资产性质：现代公司资产的价值形态可以转让和流动。其中股份有限公司的股票可以自由流动；有限责任公司的股单可以在股东之间自由转让、在其他场合有条件地转让；公司债券也可以自由转让。资产证券化，股票、企业债券可自由流动，这是现代公司的一大特点。

以上特征表明，与合伙制相比较，公司制旅游企业最突出的优点是股东们只对企业债务负有限责任，风险要比合伙人小得多。这就使股份公司成为筹集大量资本的良好企业组织形式。公司制的另一个优点是具有独立生命。除非由于破产歇业，它的生命是永远延续的。在业务决策上，只需多数同意而不需要一致通过。与此同时，公司股东不能像合伙制企业的合伙人那样，直接做出经营决策和代表其他股东与人签约，而是由股东大会按一股一票的原则投票选聘董事组成董事会托管公司法人财产。董事会则聘任总经理和其他高级管理人员进行日常经营活动。公司经理人员在作为股东的代理人行使职权和承担财务责任时受到有关法律的严格限制。这样就保证了公司决策的连续性和及时性，减少了差错。

公司制这种组织形式的缺点如下。

(1) 公司设立程序复杂：公司法人地位的确定，需要政府的认可，歇业也要通过一定的法定程序。因此，公司的组建不像其他两种企业形式那样方便灵活。

(2) 缺乏骨肉相连的关系：股东购买股票，只为取得股利和从股票升值中谋利，对公司缺乏业主制和合伙制下那种所有者同企业之间的血肉相连的关系。同时，由于经营者往往不是拥有股权的股东，他们同企业的利益关系，也不像业主制及合伙制那样紧密。由此便产生了委托人（出资者）和代理人（经理人员）之间的复杂的授权与控制的关系。

(四) 旅游企业集团

旅游企业集团是指多个旅游企业通过资产或契约关系进行联结。由一个集团公司对其下属多层次的成员企业实施投资、控制和协调等职能活动的经济联合体。旅游企业集团主要以母子公司体制为主，以资产为主要纽带，因而集团内部具有较强的自主性，各成员企业都具有独立的法人资格。尽管在资本、人事和业务等方面存在交叉关系，但一般都根据

经济合理性的原则进行自主决策,不存在支配与被支配的关系。

旅游企业集团具有以下一些特征。

(1) 旅游企业集团本身不是一个法人。旅游企业集团是一个多法人经济联合组织,是股份经济和公司法律制度联合的产物。其成员企业主要通过资产或契约关系进行联结,法律上各自保持着独立的法人地位。

(2) 旅游企业集团的组织结构是多层次的。旅游企业集团的组织结构一般应包括核心企业、紧密层企业、半紧密层企业以及松散层企业等。如果只有集团核心而没有其他层次企业,那只是一种单体企业而不是企业集团;如果只有半紧密层和松散层,而没有紧密层,那只是一种松散的企业联合体,也不是企业集团;如果只有集团核心和紧密层,没有半紧密层和松散层,虽已具备了企业集团的结构特征,但仍会影响企业集团发挥作用的范围和程度。

(3) 核心旅游企业在旅游企业集团中起主导作用。核心旅游企业必须具有企业法人地位和一定的经济实力,通过控股、持股所赋予的控制权掌握成员企业的投资决策、人事安排、发展规划以及服务、开发、市场营销等各个环节的经营活动,维持成员企业行为的一致性和协调性,实现集团的整体发展战略。

(4) 集团内部不存在单方面控制其他企业的支配性资本。旅游企业集团本身并不具有资本积累的能力,其资本是靠各旅游企业自行积累的。同时,核心旅游企业也不对其他成员企业形成单方面的控制关系,也不能对其他成员企业单方面强行规定利润率等。旅游企业集团的外围成员企业,不同于大公司的分公司,它们可以比较自由地进入或退出该旅游企业集团。有时,甚至一个旅游企业可以同时参加两个不同的旅游企业集团。

(5) 集团作为一种企业组织,其边界具有不确定性。旅游企业集团与旅游市场的边界处在一种经常变动的状态之中。或者说,旅游企业集团与旅游市场的界限变得模糊了。旅游企业集团是一种与市场机制有机地交融在一起的,无法用墙围起来的开放性的企业组织。

(6) 旅游企业战略联盟。旅游企业战略联盟是指两个以上的旅游企业为了实现特定的战略目标,通过相互合作、共担风险、共享利益而形成的一种优势互补、分工协作的长期松散联合和合作。由于它是一种处在企业组织和市场组织之间的企业合作形式,联盟的各个旅游企业是独立的,仍保持着自己的经营自主权。它既包括从事类似活动的旅游企业之间的联合,也包括从事互补性活动的旅游企业之间的合作。

旅游企业的战略联盟比较广泛。这体现在旅游景区、旅游游乐区、旅游零售商和旅游批发商、酒店业、康乐业、航空公司、汽车租赁等一系列企业间的合作联盟。较高程度的战略联盟存在于航空公司、旅行社和酒店之间,并随着信息技术的发展合作加强。经济全球化使国际旅游企业开始了更为广泛的联盟,旅游业与不同行业进行着非竞争联盟,如旅游业与葡萄酒业联盟,旅游业与历史文化遗产导向的经济体联盟等。这种将产业、产区、历史文化、景区、人文地理相结合的联盟体将成为今后的趋势。



知识拓展 1-1

旅游企业战略联盟的特点

旅游企业战略联盟有以下一些特点。

1. 合作伙伴资源互补

联盟成员实现双赢。只要战略联盟管理有方,合作双方都将比单方在技术、营销等方面具有更广阔的战略灵活性。最终可以达到双赢或多赢的局面。

2. 组织结构上的松散性

参加联盟的旅游企业主要是通过契约形式联结起来的,很难用传统组织内部那种行政方式进行协调管理。旅游企业战略联盟不是由纯粹的市场机制进行协调,而是兼具市场机制与行政管理的特点。合作各方主要通过协商的方式解决各种问题。

3. 降低旅游企业的风险

通过战略联盟的方式可以分担风险。将风险分散到多个企业,由联盟成员共同分担。这样,战略联盟就能够把握伴有较大风险的市场机遇。

4. 提高旅游企业规模、经济效益及竞争力

旅游企业战略联盟通过加强合作而发挥整体优势。可以在其内部进行资源的重新调整,形成强大的服务能力,并相应地带来成本的降低。竞争对手之间通过彼此的合作来代替以前你死我活的竞争,增强各自的实力,共同对付别的竞争者或潜在竞争者。

5. 机敏灵活

运作高效。一般来说,组建战略联盟要比新建或兼并等形式所需时间短,过程也较简单,同时也不需大量投资,因而可以迅速组成并发挥作用。合作者之间的关系十分松散,没有固定的存续时间,可以随环境的变化而迅速解散。战略联盟集中了合作各方核心的资源,因而其实力是单个旅游企业很难达到的。

(资料来源:龚韵笙.现代旅游企业财务管理[M].大连:东北财经大学出版社,2012.)

三、旅游企业特征

(1) 旅游企业作为一种社会组织,有自己的组织机构和工作程序。

(2) 旅游企业作为一种经济组织,主要从事旅游经济活动,有与之相配套的经营资产和财产。

(3) 旅游企业从事的经营活动一定要以营利为目的,以社会公益为主要目的的组织不是旅游企业。

(4) 旅游企业是实行独立核算的社会经济组织。

评估练习

1. 旅游企业有哪些类型？
2. 旅游企业的组织形式有哪些？
3. 旅游企业的特征有哪些？

第二节 旅游企业财务管理综述

教学目标：

- (1) 了解旅游企业财务管理的目标及其影响因素；
- (2) 掌握旅游企业财务管理的内容；
- (3) 掌握旅游企业财务管理的环节；
- (4) 了解旅游企业财务管理的原则和环境。

旅游企业财务管理是旅游企业为了实现其目标，运用一定的方法，对旅游企业的财务活动和财务关系进行的一项经济管理活动，它是旅游企业管理的重要组成部分。

一、旅游企业财务管理的目标

目标是指导和标准。没有明确目标，就无法判断一项决策的优劣。财务管理的目标取决于企业的目标，所以企业的目标往往就被表述为财务管理的目标。关于企业目标的表述，主要有以下三种观点。

(一) 利润最大化

利润最大化观点认为，利润代表了企业新创造的财富，利润越多则企业财富增加得越多，越接近企业的目标。

利润最大化观点的缺陷是：没有考虑利润的取得时间；没有考虑利润与投入资本额的关系；没有考虑获取利润与所承担风险的大小。

利润最大化观点容易导致企业为追求短期的最大利润而忽视长远的发展，忽视对风险的控制，忽视效率的提高。

(二) 每股盈余最大化

每股盈余最大化即每股收益最大化，每股收益是净利与发行在外普通股股数的比率，这种观点认为，企业实现的净利要同企业的投入进行对比。

每股盈余最大化观点的缺陷是：没有考虑每股盈余的时间价值；也没有考虑风险因素。

(三) 股东财富最大化

股东财富最大化观点认为，股东财富最大化即企业价值最大化。

对于上市公司，股东财富由其所拥有的股票市场价值来决定。所以，股东财富最大化，又演变为股票价格最大化。在运行良好的资本市场里，股东财富最大化目标可以理解为最大限度地提高现在的股票价格。企业财务管理的最佳目标就是使每股股票的目前价值最大化。

股东财富最大化观点的优点是：考虑了货币的时间价值和投资的风险价值，有利于选择投资方案，统筹安排长短期规划、有效筹集资金、合理制定股利政策因素；反映了资产保值增值的要求，股东财富越多，企业资产的市场价值越大；有利于克服管理上的片面性和短期行为；有利于社会资源合理配置，社会资本通常流向企业价值最大化或股东财富最大化的企业或公司，从而实现社会效益最大化。

股东财富最大化观点的缺陷是：只重视股东的利益，而对企业其他关系人重视不够；股票价格受多因素的影响，并非企业所能控制；对于非上市公司只有对企业进行专门评估才能真正确定其价值，而在评估这些企业的资产时，由于受评估标准和评估方式的影响，不易做到客观、准确，也导致企业价值确定困难；对上市公司较为适用。

尽管股东财富最大化观点存在上述缺点，但如果一个国家的证券市场高度发达，市场效率极高，上市公司可以把股东财富最大化作为企业财务管理的最佳目标。

二、影响财务管理目标实现的因素

财务管理的目标是企业的价值或股东财富最大化，股票的价格代表了股东财富，因此，股价高低反映了财务管理目标的实现程度。

从企业管理当局可控因素看，股价的高低取决于企业的报酬率和风险，而报酬率和风险又是由企业的投资项目、资本结构和股利政策决定的。因此，这 3 个因素影响企业的价值。财务管理正是通过投资决策、筹资决策和股利决策来提高报酬率、降低风险，实现其目标。

（一）投资报酬率

在风险相同的情况下，提高投资报酬率可以增加股东财富。企业的赢利总额不能反映股东财富。股东财富大小要看投资报酬率，而不是赢利总额。

（二）风险

任何决策都是面向未来的，并且会有或多或少的风险。决策时需要权衡风险和报酬，才能获得较好的结果。

不能只考虑每股盈余，不考虑风险。财务决策时，不能不考虑风险，风险和冒险与可望得到的额外报酬相称时，方案才是可取的。

（三）投资项目

投资项目是决定企业报酬率和风险的首要因素。一般来说，被企业采纳的投资项目，都会增加企业的报酬，否则企业就没有必要为它投资。与此同时，任何项目都有风险，区别只