

最新行业财务管理实务系列



旅游企业

贺志东 / 主编

智董网专家委员会◎编著

财务管理



YZLI 0890089130

名家教您立即掌握

- ★ 旅游企业财务预算
- ★ 旅游企业财务分析
- ★ 旅游企业成本管理
- ★ 旅游企业收益分配
- ★ 旅游企业投资管理
- ★ 旅游企业资产营运

广东省出版集团
广东经济出版社

最新行业财务管理实务系列

贺志东/主编

智董网专家委员会◎编著

旅游企业 财务管理



YZLI 0890089130

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游企业财务管理 / 贺志东主编, 智董网专家委员会编
著. —广州: 广东经济出版社, 2011. 1

(最新行业财务管理实务系列)

ISBN 978-7-5454-0615-3

I. ①旅… II. ①贺…②智… III. ①旅游业—企业管理: 财务管理 IV. ①F590.66

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 187746 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	广东省出版集团图书发行有限公司
印刷	广东新华印刷有限公司 (广东省佛山市南海区盐步河东中心路)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	28.5
字数	589 000 字
版次	2011 年 1 月第 1 版
印次	2011 年 1 月第 1 次
印数	1~4 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-0615-3
定价	58.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

图书发行有限公司网址: <http://www.gdpgfx.com>

邮购电话: (020) 89667808 销售: (020) 89667808

地址: 广东省广州市海珠区宝岗大道 1377 号 A35-A37 档 邮编: 510260

本社营销网址: <http://www.gebook.com>

本社市场部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 邮政编码: 510075

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

前 言

财务决定企业成败。

——贺志东

旅游企业财务管理是按照国家法律法规和政策以及旅游企业经营要求，遵循资本营运规律，对旅游企业财务活动进行组织、预测、决策、计划、控制、分析和监督等一系列管理工作的总称。

在市场经济条件下，企业财务管理水平决定着企业生产经营规模和市场竞争力，财务管理应当成为企业管理的核心。因此，加强企业财务管理，对改善企业的生存条件，提高企业的经济实力，推动企业的发展，起着重大的作用。

近年来，我国企业财务通则、会计准则、审计准则、内控规范、税务法规等发生了几近“脱胎换骨”式的大变化。为了加强企业财务管理，规范企业财务行为，保护企业及相关方的合法权益，推进现代企业制度，我国财政部近年对原《企业财务通则》进行了修订，修订发布了《企业财务通则》（财政部令第41号）、《金融企业财务规则》（财政部令第42号）。它对我国实行了十多年的企业财务制度进行了全面改革和创新，主要包括功能创新、观念创新、体制创新、体系创新、机制创新、内容创新等六个方面。

“选择了财会，就选择了终身学习”。财会财税人员必须终身学习、不断更新知识，否则就可能被淘汰或不能胜任工作。尤其是对于新的财会实务，如果不读书、不学习，仅仅浏览一下新闻或通则条文就自以为掌握了新政策的精髓，对个人职业竞争力和公司财会核心竞争力都有损失，甚至要付出直接代价、承担法律后果。

为了帮助广大旅游企业改变过去“重会计、轻财务”，“重核算、轻管理”的倾向，做好《企业财务通则》的贯彻实施工作，加强对广大旅游企业管理人员、财会专业人士等相关人员的培训，帮助学习、理解、掌握、消化新《企业财务通则》，实现知识更新，切实提升企业财务管理水平，由全国杰出财税实务专家贺志东教授担任主编，中华第一财税网（又名“智董网”，www.tax.org.cn）专家委员会编写了“最新行业财务通盘专业管理实务”丛书。

本丛书由全国著名财税实务专家贺志东同志主持编写、中华第一财税网专家委员会编著，共11册，包括：《房地产公司财务管理》、《商品流通企业财务管理》、《餐饮企业财务管理》、《物流企业财务管理》、《建筑施工企业财务管理》、《工业企业财务管理》、《服务企业财务管理》、《交通运输企业财务管理》、《外贸企业财务管理》、《旅游

企业财务管理》、《连锁企业财务管理》等。

推出行业财会实务丛书的缘起，是我们在十多年的财会财税实际执业过程中广大客户提出的需求。许多从事财会实务工作的人员（尤其是基层的同志）普遍反映，现有的一些关于财务、会计、成本管理等之类图书，与市场需求脱节，多为只述皮毛、侧重概念和理论的“小册子”，且内容老化、过时，基本讲的是工业企业的（或稍涉及商业企业），试图用一本小册子书搞“大杂烩”，已经难以、无法满足各行各业读者具体需求。发展至当今，读者的胃口已经不是满足于“有东西填饱肚子”。能符合其个性需求的、讲实际的、管用的、可操作的行业财会实务书，才是他们想买的。

本书为《旅游企业财务管理》，内容共 11 章，包括：旅游企业综合知识、旅游企业财务报告、旅游企业财务信息、旅游企业财务分析、旅游企业业绩评价、旅游企业财务监督、旅游企业财务预算、旅游企业筹资管理、旅游企业成本管理、旅游企业收益分配、旅游企业资产营运等。

本书特色：

（一）高度的行业性、针对性、个性化。结合旅游企业特点编写，为旅游企业财会人士“量身定做”，符合读者刚性需求，更管用，更适合读者。

（二）高度的实务操作性。实实在在、“立竿见影”、拿来即用。完全不同于“象牙塔”式、泛泛而谈一些空洞、概念性东西的教科书。

（三）新颖性和创造性。无论内容和形式均有创新，不同于过时的书，更不同于“老黄历”式的教科书。本书内容和涉及的法规政策均为最新版本。

（四）注重细节，篇幅充足，不泛泛而谈，内容系统和深入。不同于那些不系统、不深入、不具有操作性，条条框框、“蜻蜓点水”、只述“皮毛”的书籍。

本书适用对象：

全国每家旅游企业的财会、内审等人员，每家旅游企业的管理层人士，所有持会计证的人员，注册会计师行业从业人员和持 CPA 资格证人员，旅游、财会、经营管理、经济管理等专业的学生，等等。无论是“新手”还是进行知识更新、职业后续教育的“老手”，都非常有必要系统、深入地学习最新行业财务操作实务知识和技能。也适合广大相关专业学生“回炉再造”学习之用。

囿于科研经费、学识等方面原因，书中不足之处在所难免，请读者不吝批评指正，以便今后再版时修订（E-mail: jianyi@tax.org.cn）。

在本书编写过程中，我们参考借鉴了国内外一些相关文献资料。本书的出版得到了广东经济出版社领导和责任编辑的大力支持和帮助，在此均深表谢意！

中华第一财税网（又名“智董网”）

目 录

第 1 章 旅游企业综合知识 / 1

第一节 旅游行业综合知识 / 1

第二节 旅游企业财务管理综述 / 4

第 2 章 旅游企业财务报告 / 47

第一节 旅游企业财务会计报告管理概述 / 47

第二节 旅游企业财务报告的阅读 / 56

第 3 章 旅游企业财务信息 / 92

第一节 旅游企业财务信息管理概述 / 92

第二节 旅游企业信息化财务管理 / 93

第三节 旅游企业资源计划系统 / 101

第四节 旅游企业财务评价体系 / 104

第 4 章 旅游企业财务分析 / 119

第一节 旅游企业财务分析概述 / 119

第二节 旅游企业财务指标分析 / 123

第三节 旅游企业财务分析体系 / 143

第 5 章 旅游企业业绩评价 / 152

第一节 旅游企业业绩评价概述 / 152

第二节 旅游企业部门业绩的报告与考核 / 159

第 6 章 旅游企业财务监督 / 162

第一节 旅游企业财务监督概述 / 162

第二节 旅游企业外部财务监督 / 167

第三节 旅游企业内部财务监督 / 169

第7章 旅游企业财务预算 / 180

- 第一节 旅游企业财务预算综述 / 180
- 第二节 旅游企业预算的编制 / 187
- 第三节 旅游企业财务预算报表的编制 / 204

第8章 旅游企业筹资管理 / 244

- 第一节 旅游企业筹资管理概述 / 244
- 第二节 旅游企业资本结构 / 250
- 第三节 旅游企业资本成本 / 260
- 第四节 旅游企业权益筹资管理 / 270
- 第五节 旅游企业债务筹资管理 / 281

第9章 旅游企业成本管理 / 306

- 第一节 旅游企业成本管理综述 / 306
- 第二节 旅游企业成本控制 / 318
- 第三节 旅游企业费用管理 / 343
- 第四节 旅游企业薪酬福利 / 346

第10章 旅游企业收益分配 / 357

- 第一节 旅游企业收入的管理 / 357
- 第二节 旅游企业产权转让所得的管理 / 368
- 第三节 旅游企业年度经营亏损的弥补 / 373
- 第四节 旅游企业年度利润分配 / 375

第11章 旅游企业资产营运 / 398

- 第一节 旅游企业资产营运概述 / 398
- 第二节 旅游企业资产调度控制 / 403
- 第三节 旅游企业流动资产资产管理 / 409
- 第四节 旅游企业固定资产管理 / 428
- 第五节 旅游企业对外投资、对外担保 / 436

第1章 旅游企业综合知识

第一节 旅游行业综合知识

一、旅游企业的概念

旅游企业是国民经济中第三产业的重要组成部分，它是凭借旅游资源，以旅游设施为条件，为满足游客食、住、行、游、购、娱乐等生活需求，提供商品和服务的综合性服务企业。

二、旅游企业的组成

旅游企业是适应旅游需要发展的专门从事提供各种旅游服务的企业，包括旅游饭店类企业、旅行社、旅游运输业、旅游景点景区类企业等。

下面简单介绍旅游三大支柱企业：

（一）旅游饭店类企业

旅游饭店类企业是为人们外出旅游活动提供住宿、饮食服务的企业，是旅游企业中最基本旅游需求的供给者，主要以酒店、宾馆、旅社、饭店等经营形式存在。其主要经营特点是经营范围宽、经营项目多，许多旅游饭店类企业都是综合性服务企业，业务内容包括住宿、餐饮、购物、娱乐等；固定资产投资标准高、所需资金量大、回收期长；资金结构具有高固定成本、低变动成本的特点，其中固定成本主要包括资本性费用和管理费用，变动成本主要包括食品类、物料消耗等；提供的产品具有时间性和季节性。



小资料

旅游饭店经营过程概述

旅游饭店最初功能是为旅客提供住宿服务。随着社会经济的发展，现代旅游饭店不断向现代化、标准化迈进，成为集各类客房、餐厅、健身娱乐、商场、会议场所等综合服务设施于一身的经济实体。

旅游饭店经营过程包括供应、生产和销售三个阶段。供应阶段是经营活动的第一阶段，在这个阶段，旅游饭店通过购建固定资产形成经营条件，同时通过采购餐饮生产所需的食品原料形成生产储备。餐饮原料采购涉及办理采购付款手续，支付货款及

各种采购费用,计算及结转材料采购实际成本等内容。在此阶段,旅游饭店的经营资金从货币资金形态转化为生产经营储备资金形态。

旅游饭店餐饮部经营范围广泛,餐饮产品种类繁多,有中餐、西餐、宴会、酒吧等。餐饮生产过程既是餐饮产品的制作过程,也是劳动力、劳动对象和劳动资料的消耗过程,除了要发生厨房、烹饪设备等劳动资料以及各种餐饮原料耗用之外,支付工资等各种费用。在此阶段,旅游饭店的经营资金从货币资金和储备资金形态转化为生产资金形态和成品资金形态。

在销售阶段,旅游饭店通过出售客房产品和餐饮产品,实现销售收入。客房销售收入是饭店销售收入的主要来源,约占饭店销售收入的三分之二,搞好客房销售还能够带动餐饮、康乐等其他相关收入的增长;餐饮销售收入是仅次于客房收入的重要收入来源,约占饭店销售收入的三分之一。在销售阶段,旅游饭店的经营资金从成品资金形态最后又回到货币资金形态。

旅游饭店经营资金依次通过供、产、销三个阶段,从货币资金形态到货币资金形态,完成了资金的周转并且在经营运作中得到增值。资金周转循环过程同时也是费用发生、收入和利润获取的过程。在供应、生产阶段,旅游饭店不断发生各种费用,并在销售阶段获得各种经营收入,如果收入大于各种经营成本费用,旅游饭店就有盈利,反之,则发生亏损(即负利润)。旅游饭店获取的利润按国家规定上缴所得税后,税后利润的一部分以盈余公积的形式留存下来,以供扩展经营之用;另一部分在投资者之间进行分配,作为对投资者的投资回报。

(二) 旅行社

旅行社是为旅游者提供服务的中介机构。它是指有盈利目的,从事旅游业务的企业。所谓旅游业务是指为旅游者代办出境、入境手续,招徕、接待旅游者,为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。

旅行社是服务性企业,是制造旅游产品和提供旅游中介服务活动的独立经济组织,主要经营业务是招徕和接待旅游者,并向旅游者提供相关服务。旅游中介服务是指为旅游者和其他服务组织建立联系,引导旅游者到各种旅游服务区,将各种旅游设施的服务产品介绍和提供给旅游者。

旅行社通过旅游线路的设计,将各个分散的旅游产品组合并销售给旅游者,在为旅游者提供吃、住、行、游、购、娱等服务过程中所发生的团费、导游差旅费及其他费用开支构成旅行社的旅行社成本费用,这些成本费用通过旅行社为旅游者提供旅游活动的计划、组织、安排及接待服务而获得的相应收入予以补偿。在一定时期内,如果经营收入大于各种经营成本费用,旅行社就获得了盈利,反之则发生了亏损。

旅行社具有代理的特性,将住宿、餐饮、交通、景点等企业提供的旅游服务进行组合后提供给旅游者,但是旅行社自身只提供劳务。旅行社资金投入少、结算业务量

大,作为中介者,旅行社不需要很多的固定资产投资,其业务特点是交易次数多、交易伙伴多,所以旅行社结算业务量大、结算周期长、资金量大。



小资料

旅行社的分类

旅行社在开展经营活动时,按其经营业务范围及为旅游者提供服务形式的不同可对其进行细分。

一是按经营业务范围的不同,可分为国际旅行社和国内旅行社。

国际旅行社的经营范围包括入境旅游业务、出境旅游业务、国内旅游业务。国内旅行社的经营范围仅限于国内业务。

二是按旅行社为旅游者提供的服务形式不同分为组团社和接团社。

组团社就是从国内或国外组织旅游团队,为旅游者办理出境、入境手续,保险、安排游览计划(包括游览日程、旅游线路及一些特殊的旅游项目),并选派翻译导游人员随团为旅游者提供服务。

接团社就是为旅游者在某一地方或某一区段提供翻译导游安排旅游者的参观游览日程,并为之订房、订餐及订机票、车票,为去下一站旅游做好安排。

(三) 旅游运输企业

旅游运输企业是专门从事旅游者位移活动,为旅游者提供交通服务的企业。旅游业发达的前提就是交通发达,所以旅游运输业在旅游业发展中占据重要地位,其经营特点是生产过程相对独立,但又影响整个旅游活动的质量;生产经营活动灵活性强,旅游运输企业在经营过程中,其集合地点、旅游目的地的地点等都是分散的,提供交通服务的时间也是灵活机动的。旅游企业中各类企业相互联系、彼此合作,共同促进了世界旅游业的兴旺繁荣。

三、旅游企业的特点

旅游企业的特点如下:

(一) 经营活动中一般不形成新的有形产品

作为第三产业,旅游企业在经营活动中提供的“产品”就是服务,经营活动最终结果一般不形成新的实物形态的产品。而第一、二产业是物质生产部门,创造新的物质产品,如工业企业对原材料进行生产加工,生产出有形的产品。

(二) “生产、营销、消费”三个环节同时进行

因为旅游企业的“产品”不是以实物形态独立存在的,从而决定了不能像制造企

业那样可以先行生产,然后储存,再进行销售,而是在生产过程中即被消费,不存在与生产过程相分离的产品销售过程与消费过程。

(三) 季节性强

旅游企业生产经营季节性强,一般有淡季和旺季的划分。比如到了旅游淡季,出门旅游的人数大幅度下降。在旅游淡季,旅游行业的收入大大减少,而固定性的支出并未减少。

(四) 服务活动依存性强

在旅行社服务活动中,组团社和接团社之间的关系是相互依存的,接团社的服务活动又与旅馆、餐馆、酒楼等部门相互联系,一环套一环,按照预定计划完成旅游项目,按规定的时间接送。如果旅游项目中的某个环节出错,将会影响整个旅行社的声誉,给其带来经济上的损失。

第二节 旅游企业财务管理综述

旅游企业财务管理是旅游企业组织财务活动、处理财务关系的一项综合性的管理工作。

一、旅游企业财务管理的目标

旅游企业的目标是生存、发展和获利。旅游企业的这些目标要求财务管理完成筹措资金并有效地投放和使用资金的任务。旅游企业的成功乃至生存,在很大程度上取决于过去和现在的财务政策。财务管理不仅与资产的获得及合理使用的决策有关,而且与旅游企业的旅游业务、营销管理发生直接联系。

旅游企业财务管理目标是旅游企业财务管理活动所希望实现的结果。它是评价旅游企业理财活动是否合理有效的基本标准,是旅游企业财务管理工作的行为导向,是财务人员工作实践的出发点和归宿。财务管理目标制约着财务工作运行的基本特征和发展方向。不同的财务管理目标,会产生不同的财务管理运行机制。

因此,科学的设置财务管理目标,对优化理财行为、实现财务管理的良性循环具有重要的意义。

(一) 旅游企业财务管理目标的种类(模式)

旅游企业财务管理目标有表1-1所示的几种具有代表性的模式:

表 1-1

种类	概念	优点或原因	缺点
利润最大化目标	利润最大化目标就是假定在投资预期收益确定的情况下,财务管理行为将朝着有利于旅游企业利润最大化的方向发展。这种观点认为:利润代表了旅游企业新创造的财富,利润越多则说明旅游企业的财富增加得越多,越接近旅游企业的目标。	利润最大化作为财务管理的目标,其主要原因有三: 1) 人类从事经营活动的目的是为了创造更多的剩余产品,在商品经济条件下,剩余产品的多少可以用利润这个价值指标来衡量; 2) 在自由竞争的资本市场中,资本的使用权最终属于获利最多的企业; 3) 只有每个企业都最大限度地获得利润,整个社会的财富才可能实现最大化,从而带来社会的进步和发展。在社会主义市场经济条件下,旅游企业作为自主经营的主体,所创利润是旅游企业在一定期间全部收入和全部费用的差额,是按照收入与费用配比原则加以计算的。它不仅可以直接反映旅游企业创造剩余产品的多少,而且也从一定程度上反映出旅游企业经济效益的高低和对社会贡献的大小。同时,利润是旅游企业补充资本、扩大经营规模的源泉。因此,以利润最大化为理财目标是有一定的道理的。	1) 没有考虑利润的取得时间。 这里的利润是指旅游企业一定时期实现的税后净利润,它没有考虑资金时间价值。例如,今年获利 2 000 万元和明年获利 2 000 万元,哪一个更符合旅游企业的目标?若不考虑货币的时间价值,就难以作出正确判断。 2) 没有考虑所获利润和投入资本额的关系。 例如,同样获得 100 万元利润,一个企业投入资本 2 000 万元,另一个企业投入 6 000 万元,哪一个更符合旅游企业的目标?若不与投入的资本额联系起来,就难以作出正确判断。 3) 没有考虑获取利润和所承担风险的关系。 没有考虑风险因素,高额利润往往要承担过大的风险。 例如,同样投入 500 万元,本年获利 100 万元,一个企业获利已全部转化为现金,另一个企业获利则全部是应收账款,并可能发生坏账损失,哪一个更符合旅游企业的目标?若不考虑风险大小,就难以作出正确判断。 4) 片面追求利润最大化,可能导致旅游企业短期行为,与旅游企业发展的战略目标相背离。
每股收益最大化目标	这种观点认为:应当把旅游企业的利润和股东投入的资本联系起来考察,用每股盈余(或权益资本净利率)来概括旅游企业的财务目标,以避免“利润最大化目标”的缺点。	所有者作为旅游企业的投资者,其投资目标是取得资本收益,具体表现为净利润与出资额或股份数(普通股)的对比关系,这种关系可以用每股收益这一指标来反映。每股收益是指归属于普通股股东的净利润与发行在外的普通股股数的比值,它的大小反映了投资者投入资本获得回报的能力。 每股收益最大化的目标将旅游企业实现的利润额同投入的资本或股本数进行对比,能够说明企业的盈利水平,可以在不同资本规模的企业或同一企业不同期间之间进行比较,揭示其盈利水平的差异。	与利润最大化目标一样,该指标仍然没有考虑资金时间价值和风险因素,也不能避免旅游企业的短期行为,可能会导致与旅游企业的战略目标相背离。

续表

种类	概念	优点或原因	缺点
企业价值最大化或股东财富最大化目标	这种观点认为：股东财富最大化或企业价值最大化是财务管理的目标。 股东创办旅游企业的目的是扩大财富，他们是旅游企业的所有者，企业价值最大化就是股东财富最大化。 旅游企业的价值，在于它能给所有者带来未来报酬，包括获得股利和出售其股权换取现金。如同商品的价值一样，旅游企业的价值只有投入市场才能通过价格表现出来。 投资者建立旅游企业的重要目的，在于创造尽可能多的财富。这种财富首先表现为旅游企业的价值。旅游企业价值就是旅游企业的市场价值，是旅游企业所能创造的预计未来现金流量的现值，反映了旅游企业潜在的或预期的获利能力和成长能力。未来现金流量的现值这一概念，包含了资金的时间价值和风险价值两个方面的因素。因为未来现金流量的预测包含了不确定性和风险因素，而现金流量的现值是以资金的时间价值为基础对现金流量进行折现计算得出的。	以企业价值最大化作为财务管理的目标，其优点主要表现在： 1) 该目标考虑了资金的时间价值和风险价值，有利于统筹安排长短期规划、合理选择投资方案、有效筹措资金、合理制定股利政策等。	1) 尽管对于股票上市公司，股票价格的变动在一定程度上揭示了企业价值的变化，但是股价是受多种因素影响的结果，特别是在资本市场效率低下的情况下，股票价格很难反映旅游企业所有者权益的价值。
		2) 该目标反映了对企业资产保值增值的要求，从某种意义上说，股东财富越多，旅游企业市场价值就越大，追求股东财富最大化的结果可促使旅游企业资产保值或增值。	2) 为了控股或稳定购销关系，现代企业不少采用环形持股的方式，相互持股。法人股东对股票市价的敏感程度远不及个人股东，对股票价值的增加没有足够的兴趣。
		3) 该目标有利于克服管理上的片面性和短期行为。	3) 对于非股票上市公司，只有对企业进行专门的评估才能真正确定其价值。而在评估企业的资产时，由于受评估标准和评估方式的影响，这种估价不易做到客观和准确，这也导致企业价值确定的困难。
		4) 该目标有利于社会资源合理配置。社会资金通常流向企业价值最大化或股东财富最大化的企业或行业，有利于实现社会效益最大化。	

(二) 影响财务管理目标实现的因素

财务管理的目标是企业价值或股东财富的最大化，股票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。

旅游企业股价受外部环境和管理决策两方面因素的影响。

从旅游企业管理当局可控制的因素看，股价的高低取决于旅游企业的报酬率和风险，而旅游企业的报酬率和风险，又是由旅游企业的投资项目、资本结构和股利政策决定的。因此，这五个因素影响旅游企业的价值。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，实现其目标的（见表1-2所示）。

表 1-2

影响财务管理目标实现的因素（从旅游企业管理当局可控制的因素看）	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。 旅游企业的盈利总额不能反映股东财富。例如，某旅游公司有1万股普通股，税后净利2万元，每股盈余为2元。假设你持有该公司股票1 000股，因而分享到2 000元利润。如果旅游企业为增加利润拟扩大规模，再发行1万股普通股，预计增加盈利1万元。对此项财务决策你会赞成吗？你的财富会增加吗？由于总股数增加到2万股，利润增加到3万元，每股盈余反而降低到1.5元，你分享的利润将减少到1 500元。由此可见，股东财富的大小要看投资报酬率，而不是盈利总额。
	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。 不能仅考虑每股盈余，不考虑风险。例如，你持股的旅游企业有两个投资机会，第一方案可使每股盈余增加1元，其风险极低，几乎可以忽略不计；第二方案可使每股盈余增加2元，但是有一定风险，若方案失败则每股盈余不会增加。你应该赞成哪一个方案呢？回答是要看第二方案的风险有多大，如果成功的概率大于50%：则它是可取的，反之则不可取。由此可见，财务决策不能不考虑风险，风险与可望得到的额外报酬相称时，方案才是可取的。
	投资项目	投资项目是决定报酬率和风险的首要因素。 一般说来，被旅游企业采纳的投资项目，应该能够增加报酬，否则旅游企业就没有必要为它投资。与此同时，任何项目都有风险，区别只在于风险大小不同。因此，旅游企业的投资计划会改变其报酬率和风险，并影响股票的价格。
	资本结构	资本结构会影响报酬率和风险。 资本结构是指所有者权益与负债的比例关系。一般情况下，当借债的利息率低于其投资的预期报酬率时，旅游企业可以通过借债提高预期每股盈余，但同时也会同时扩大预期每股盈余的风险。因为一旦情况发生变化，如销售萎缩等，实际的报酬率低于利率，则负债不但没有提高每股盈余，反而使每股盈余减少，旅游企业甚至可能因不能按期支付本息而破产。资本结构安排不当是旅游企业破产的一个重要原因。
	股利政策	股利政策也是影响报酬率和风险的重要因素。 股利政策是指旅游企业赚得的盈余中，有多少作为股利发放给股东，有多少保留下来以备再投资之用，以便使未来的盈余源泉得以维持。股东既希望分红，又希望每股盈余不断增长。前者是当前利益，后者是长远利益，两者有矛盾。加大保留盈余，会提高未来的报酬率，但再投资的风险比立即分红要大。因此，股利政策会影响报酬率和风险。

（三）旅游企业股东、经营者和债权人利益的冲突与协调

股东和债权人都为旅游企业提供了财务资源，但是他们处在旅游企业之外，只有经营者即管理当局在旅游企业里直接从事管理工作。股东、经营者和债权人之间构成了旅游企业最重要的财务关系。旅游企业是所有者即股东的旅游企业，财务管理的目

标是指股东的目标。股东委托经营者代表他们管理旅游企业，为实现他们的目标而努力，但经营者与股东的目标并不完全一致。债权人把资金借给旅游企业，并不是为了“股东财富最大化”，与股东的目标也不一致。旅游企业必须协调这三方面的利益冲突，才能实现“股东财富最大化”的目标。

1. 股东与经营者

(1) 经营者的目标。

在股东和经营者分离以后，股东的目标是使旅游企业财富最大化，千方百计要求经营者以最大的努力去完成这个目标。经营者也是最大合理效用的追求者，其具体行为目标与委托人不一致。他们的目标见表 1-3 所示：

表 1-3

经营者的目标	增加报酬	包括物质和非物质的报酬，如工资、奖金，提高荣誉和社会地位等。
	增加闲暇时间	包括较少的工作时间、工作时间里较多的空闲和有效工作中较小的劳动强度等。 上述两个目标之间有矛盾，增加闲暇时间可能减少当前或将来的报酬，努力增加报酬会牺牲闲暇时间。
	避免风险	经营者努力工作可能得不到应有的报酬，他们的行为和结果之间有不不确定性，经营者总是力图避免这种风险，希望付出一份劳动便得到一份报酬。

(2) 经营者对股东目标的背离。

经营者的目标和股东不完全一致，经营者有可能为了自身的目标而背离股东的利益。这种背离表现在表 1-4 所示的两个方面：

表 1-4

经营者对股东目标的背离	道德风险	经营者为了自己的目标，不是尽最大努力去实现旅游企业财务管理的目标。他们没有必要为提高股价而冒险，股价上涨的好处将归于股东，如若失败，他们的“身价”将下跌。他们不做什么错事，只是不十分卖力，以增加自己的闲暇时间。这样做，不构成法律和行政责任问题，只是道德问题，股东很难追究他们的责任。
	逆向选择	经营者为了自己的目标而背离股东的目标。例如，装修豪华的办公室，购置高档汽车等；借口工作需要乱花股东的钱；或者蓄意压低股票价格，以自己的名义借款买回，导致股东财富受损。

(3) 防止经营者背离股东目标的方法。

为了防止经营者背离股东的目标，一般有表1-5所示的两种方式：

表1-5

防止经营者背离股东目标的方法	监督	经营者背离股东的目标，其条件是双方的信息不对称，主要是经营者了解的信息比股东多。避免“道德风险”和“逆向选择”的出路是股东获取更多的信息，对经营者进行监督，在经营者背离股东目标时，减少其各种形式的报酬，甚至解雇他们。 但是，全面监督在实际上是行不通的。股东是分散的或者远离经营者，得不到充分的信息；经营者比股东有更大的信息优势，比股东更清楚什么是对企业要有利的行动方案；全面监督管理行为的代价是昂贵的，很可能超过它所带来的收益。因此，股东支付审计费聘请注册会计师，往往限于审计财务报表，而不是全面审查所有管理行为。股东对于情况的了解和对经营者的监督总是必要的，但受到监督成本的限制，不可能事事都监督。监督可以减少经营者违背股东意愿的行为，但不能解决全部问题。
	激励	防止经营者背离股东利益的另一种方式是采用激励计划，使经营者分享旅游企业增加的财富，鼓励他们采取符合股东最大利益的行动。例如，旅游企业盈利率或股票价格提高后，给经营者以现金、股票期权奖励。支付报酬的方式和数量大小，有多种选择。报酬过低，不足以激励经营者，股东不能获得最大利益；报酬过高，股东付出的激励成本过大，也不能实现自己的最大利益。因此，激励可以减少经营者违背股东意愿的行为，但也不能解决全部问题。 通常，股东同时采取监督和激励两种方式来协调自己和经营者的目标。尽管如此仍不可能使经营者完全按股东的意愿行动，经营者仍然可能采取一些对自己有利而不符合股东最大利益的决策，并由此给股东带来一定的损失。监督成本、激励成本和偏离股东目标的损失之间此消彼长，相互制约。股东要权衡轻重，力求找出能使三项之和最小的解决方法，它就是最佳的解决办法。

2. 股东和债权人

当旅游企业向债权人借入资金后，两者也形成一种委托代理关系。债权人把资金借给旅游企业，其目标是到期时收回本金，并获得约定的利息收入；旅游企业借款的目的是用它扩大经营，投入有风险的经营项目，两者的目标并不一致。

债权人事先知道借出资金是有风险的，并把这种风险的相应报酬纳入利率。通常要考虑的因素包括：旅游企业现有资产的风险、预计旅游企业新增资产的风险、旅游企业现有的负债比率、旅游企业未来的资本结构等。

但是，借款合同一旦成为事实，资金划到旅游企业，债权人就失去了控制权，股东可以通过经营者为了自身利益而伤害债权人的利益，其常用方式是：

(1) 股东不经债权人的同意，投资于比债权人预期风险更高的新项目。如果高风险的计划侥幸成功，超额的利润归股东独享；如果计划不幸失败，旅游企业无力偿债，债权人与股东将共同承担由此造成的损失。《中华人民共和国企业破产法》（以下简称《破产法》）尽管规定，债权人先于股东分配破产财产，但多数情况下，破产财产不足

以偿债。所以，对债权人来说，超额利润肯定拿不到，发生损失却有可能要分担。

(2) 股东为了提高旅游企业的利润，不征得债权人的同意而指使管理当局发行新债，致使旧债券的价值下降，使旧债权人蒙受损失。旧债券价值下降的原因是发新债后旅游企业负债比率加大，旅游企业破产的可能性增加，如果旅游企业破产，旧债权人和新债权人要共同分配破产后的财产，使旧债券的风险增加、价值下降。尤其是不能转让的债券或其他借款，债权人没有出售债权来摆脱困境的出路，处境更加不利。

债权人为了防止其利益被伤害，除了寻求立法保护，如破产时优先接管、优先于股东分配剩余财产等外，通常采取以下措施：

(1) 在借款合同中加入限制性条款，如规定资金的用途、规定不得发行新债或限制发行新债的数额等。

(2) 发现旅游企业有损害其债权意图时，拒绝进一步合作，不再提供新的借款或提前收回借款。

3. 旅游企业目标与社会责任

旅游企业目标与社会责任的关系如下（见表 1-6）：

表 1-6

旅游企业目标与社会责任	一致的地方	旅游企业的目标和社会的目标在许多方面是一致的。旅游企业在追求自己的目标时，自然会使社会受益。例如，旅游企业为了生存，必须要生产出符合顾客需要的产品（劳务），满足社会的需求；旅游企业为了发展，要扩大规模，自然会增加职工人数，解决社会的就业问题；旅游企业为了获利，必须提高劳动生产率，改进产品（劳务）质量，改善服务，从而提高社会生产效率和公众的生活质量。
	不一致的地方	旅游企业的目标和社会的目标也有不一致的地方。 股东只是社会的一部分人，他们在谋求自己利益的时候，不应当损害他人的利益。为此，国家颁布了一系列保护公众利益的法律，如《公司法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》等，通过这些法律调节股东和社会公众的利益。
	旅游企业和社会矛盾的协调	一般说来，旅游企业只要依法经营，在谋求自己利益的同时就会使公众受益。但是，法律不可能解决所有问题，况且我国的法制尚不健全，旅游企业有可能在合法的情况下从事不利于社会的事情。因此，旅游企业还要受到商业道德的约束，要接受政府有关部门的行政监督，以及社会公众的舆论监督，进一步协调旅游企业和社会的矛盾，促进构建和谐社会。