ЮБИЛЕЙНА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В ЕПОХА НА ПРЕХОДИ: ЗНАНИЯ, ПОЛИТИКИ И УСТОЙЧИВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ

Сборник с доклади

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ЦЕНОВ" СВИЩОВ

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ

Почетен председател:
Доц. д-р Марин Маринов – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ – Свищов

Съ-Председатели:

Доц. д-р Любка Илиева – Ръководител на катедра
„Икономика и управление на туризма“
Проф. д-р Марияна Божинова

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Любка Илиева – председател
Доц. д-р Петя Иванова
Доц. д-р Тихомир Личев
Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова
Ас. д-р Йоана Константинова

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Доц. д-р Любка Илиева – председател
Доц. д-р Петя Иванова
Доц. д-р Тихомир Личев
Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова

СЕКРЕТАРИАТ

Доц. д-р Любомира Тодорова
Гл. ас. д-р Павлин Павлов
Гл. ас. д-р Кристина Шопова
Ас. д-р Йоана Константинова

ISBN 978-954-23-2652-6

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ
ФАКУЛТЕТ „ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС”
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА”

ЮБИЛЕЙНА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ТУРИЗМЪТ В ЕПОХА НА ПРЕХОДИ: ЗНАНИЯ, ПОЛИТИКИ И УСТОЙЧИВИ БИЗНЕС МОДЕЛИ

19 – 20 юни 2026 г.

10 ГОДИНИ

Катедра „Икономика и управление на туризма”

Академично издателство „Ценов” – Свищов
2026

Кръглата маса се посвещава на 90-годишнината на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов и 10-годишнината на катедра „Икономика и управление на туризма”.

Докладите в сборника са анонимно рецензирани от Редакционен съвет.

Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

© АИ „Ценов“, Свищов, 2026
ISBN 978-954-23-2652-6

СЪДЪРЖАНИЕ

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА“
Десетилетие на академично развитие, научни постижения и професионална реализация
Доц. д-р Любка Илиева 11

ПОЛИТИКИ, РЕГУЛАТОРНИ РАМКИ, ИКОНОМИКА И СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА В УСЛОВИЯТА НА ТРАНСФОРМАЦИИ

Предизвикателства пред туризма на България
Проф. д-р Стоян Петков Маринов 21

Публични политики за устойчиво управление на обекти на културното наследство
Проф. д-р Маргарита Богданова 31

Политики за развитие на устойчив културен туризъм
Проф. д.н. Таня Парушева 41

Предизвикателства пред туристически сезон 2026
Доц. д-р Красимира Янчева, ас. д-р Христина Сантана 48

Туризъм и геополитически въздействия – географски аспекти
Доц. д-р Тихомир Личев 63

Обществените поръчки в туризма – взаимодействие между знания, политики и устойчиви бизнес решения
Доц. д-р Галина Чиприянова, Красимир Парашкевов 75

Релацията „културен туризъм – културно наследство“
Доц. д-р Пенка Горанова 86

Професионалната счетоводна преценка в туристическите предприятия: между нормативното съответствие и управленската полезност на информацията
Доц. д-р Радосвета Кръстева-Христова, студ. Василена Тодорова, студ. Димитър Димитров, студ. Евелина Радева, студ. Кристиан Иванов 94

Application of Lean Manufacturing Tools in Boxed Solutions for the Tourism Industry
Candidate of Pedagogical Sciences Protsenko Yulia Procenko
Lilya Idrisova, Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD 107

Политики за устойчив туризъм чрез проектно финансиране: Финансова ефективност на общинските инвестиции в инфраструктура
Ас. д-р Димчо Шопов 116

Кризата в Близкия изток – предизвикателства и възможности пред българския туризъм
Ас. д-р Тихомир Драганов.....128

Ролята на европейските програми за развитие на туристическия бизнес в България
Докторант Мария Павлова-Кондрова.....136

Териториална концентрация и регионални различия в развитието на балнео, СПА и уелнес туризма в България
Докторант Антоанета Христова.....144

Местното самоуправление като фактор за развитието на туризма
Докторант Ива Панайотова 156

Институционални и икономически ограничения при трансформацията на земеделски земи за нуждите на туристическата инфраструктура
Докторант Атанас Атанасов.....165

Потенциал за развитие на голф туризма в деветте туристически района на България
Докторант Незифе Бозова.....174

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ, ЗЕЛЕНА И КРЪГОВА ИКОНОМИКА, ГЕОПРОСТРАНСТВЕНИ АНАЛИЗИ И РЕСУРСЕН ПОТЕНЦИАЛ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

From sustainable to regenerative tourism in the context of the blue economy
Доц. д-р Стефан Райчев 183

Синята икономика и устойчивият туризъм: възможности и предизвикателства
Доц. д-р Добринка Стоянова.....190

Съвременни измерения на социалноикономическата устойчивост в туризма
Доц. д-р Ваня Василева.....199

Развитие на районите през призмата на туризма
Доц. д-р Елена Йорданова, гл. ас. д-р Георги Ангелов, гл. ас. д-р Цветан Марков 207

Концептуализиране на геополитически сензитивни дестинации чрез спортен туризъм: по примера на Голанските възвишения
Доц. д-р Теодора Кирякова-Динева, докторант Уаел Муграби.....216

Изследване на нагласите към екологосъобразните решения в туризма
Гл. ас. д-р Павлин Павлов.....225

Храната като важен компонент на туристическото преживяване
Гл. ас. д-р Илияна Кръстева 236

Връзка между туристическите пътувания и динамиката на потребителските цени в България
Докторант Никола Николов 244

Климатолечението в структурата на здравния туризъм: историческо развитие, научни школи и концептуално моделиране
Докторант Ваня Андонова..... 256

Кандидатурата за Европейска столица на културата като фактор за развитие на целогодишен туризъм в Бургас
Докторант Иван Гаврилов 268

Място на кръговата икономика в туристическия сектор
Докторант Виктория Джамбазка..... 277

ИНОВАЦИИ, ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ И ИНТЕЛИГЕНТНИ РЕШЕНИЯ В ТУРИЗМА И УСЛУГИТЕ

Концептуална рамка за адаптация на туристическата система в условията на дигитална трансформация
Проф. д-р Велина Казанджиева, доц. д-р Георгина Луканова..... 287

Ролята на изкуствения интелект в развитието на смарт туризъм
Доц. д-р Елена Илиева, Павел Нончев 300

Бъдещето на туризма в епохата на преходи: между дигиталното и автентичното
Доц. д-р Любка Илиева..... 310

Приносът на цифровите иновационни мрежи към регионалното развитие
Доц. д-р Евелина Парашкевова..... 322

Детерминанти на онлайн пазаруването на туристически продукти в България
Доц. д-р Симеонка Петрова..... 333

Влияние на дигиталната трансформация на туристическия пазар върху потребителското поведение
Доц. д-р Ваня Григорова..... 343

Иновационни възможности за развитие на туристическия бизнес – мрежови контекст
Доц. д-р Искра Пантелеева..... 353

Иновациите в контекста на туроператорската дейност
Доц. д-р Любомира Тодорова 363

Бариери пред дигиталната трансформация в хотелиерството: организационни, технологични и поведенчески аспекти
Гл. ас. д-р Галина Илиева 371

Ролята на дигитализацията в транспортното обслужване на туристите: нови технологии и приложения
Гл. ас. д-р Никола Гайдаров 381

Иновативни бизнес модели в хотелиерството: комбинация между лайфстайл, устойчивост и дигитално присъствие
Гл. ас. д-р Мира Джендова 390

Бизнес планиране в туризма в условията на изкуствен интелект – нови модели и предизвикателства
Гл. ас. д-р Маргарита Мишева 400

Иновационен модел за развитие на културния туризъм
Ас. д-р Йоана Константинова 412

От дигитална автоматизация към екосистемно управление: трансформация на бизнес моделите в хотелиерството
Докторант Агнес Бачева 420

Ролята на социалните мрежи при избора на туристическа дестинация сред младите хора
Студ. Павел Антонов Павлов 430

БИЗНЕС МОДЕЛИ, ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, ПАЗАРИ И БРАНДИНГ В ТУРИЗМА И СВЪРЗАНИТЕ ИНДУСТРИИ

Развитие на туристическата индустрия в контекста на съвременните предизвикателства
Проф. д-р Цанко Стефанов 439

Българската индустрия и технологичните предизвикателства
Доц. д-р Сергей Найденов, доц. д-р Добрин Ганчев 448

Креативно управление на туристическите преживявания като фактор за конкурентоспособност на туристическите предприятия
Гл. ас. д-р Кристина Шопова 456

Методът на критичната точка в туристическия сектор – възможност за ефективни решения
Гл. ас. д-р Росен Колев 464

За идеята на туризма в луксозната индустрия
Гл. ас. д-р Иво Велинов 474

Културният туризъм: между наследството, преживяването и мотивацията
Гл. ас. д-р Пламен Петров 482

Търговски аспекти на селския туризъм в България
Гл. ас. д-р Цветелина Кабакчиева 490

The Authenticity Paradox in the Age of Generative AI: Exploring the Impact of Synthetic Visual Content on Tourism Destination Branding
Ас. д-р Стелиана Василева 494

Бранд мениджмънт и корпоративна култура в многонационални компании в сектора на бизнес услугите
Докторант Петьо Божинов 503

Въздействие на дигиталните технологии върху трансформацията на туристическите предприятия
Докторант Теодора Попова 512

ХОТЕЛИЕРСТВО, РЕСТОРАНТЬОРСТВО И ТУРИСТИЧЕСКА АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ: МОДЕЛИ НА УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

Спортната анимация като фактор в туристическия бизнес
Доц. д-р Стела Касабова, ст. преп. д-р Радослав Николов 523

Счетоводната информация – важен фактор за успешно управление на предприятията в ресторантьорството
Доц. д-р Галя Стоянова Иванова-Кузманова 530

Управление и развитие на туроператорския бизнес – практически аспекти на облагането по ЗДДС и отражението върху рентабилността
Гл. ас. д-р Лиляна Бърдукова 538

Inventory Accounting in Tourism-Related SMES in Cameroon: Challenges for Cost Control and Sustainable Business Models
PhD student Tognang Kouaya Pretta Noella Rosevale 549

Предизвикателства и възможности пред развитието на голф туризма в България
Докторант Ангел Ангелов 557

Устойчивите практики на туристическите агенции в община Варна
Докторант Христина Петрова 566

Кетъринг обслужването като фактор за конкурентоспособността на туристическите събития
Докторант Цветелина Петрова 575

Директните плащания по Общата селскостопанска политика като инструмент за устойчиво развитие на хотелиерството и ресторантьорството
Докторант Снежана Парушева-Ламбева 584

ОБРАЗОВАНИЕ, ЧОВЕШКИ КАПИТАЛ, ОРГАНИЗАЦИОННА КУЛТУРА, КРИЗИ И АДАПТИВНИ СТРАТЕГИИ ЗА УСТОЙЧИВОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ СИСТЕМИ

Знанието и неговото управление в контекста на туризма
Проф. д-р Любчо Варамезов, докторант Стела Маринова 599

В преход към приобщаване: туризмът като арена на промяна в условия на различие
Доц. д-р Теодора Кирякова-Динева 609

Музеите като неформална учебна среда
Доц. д-р Петя Иванова, докторант Цветелина Телбис 618

Влиянието на организационната култура върху иновационното представяне на туристическите предприятия
Гл. ас. д-р Надежда Стефанова 627

Practices for developing employer branding in Black Sea coastal tourism
Гл. ас. д-р Христина Филипова, хон. ас. Яна Донева 634

Свищов във впечатленията на посетителите на града (1878–1912)
Преп. д-р Емилия Вачева 643

Финансовата грамотност като фактор за устойчивост на туристическия сектор: структурни ограничения, рискови канали и инструменти за въздействие
Докторант Шенай Шемсиева Раимова 651

Re-thinking sport tourism through stronger physical education and local community engagement
PhD student Wael Mugrabi 665

УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НА ТУРОПЕРАТОРСКИЯ БИЗНЕС – ПРАКТИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ОБЛАГАНЕТО ПО ЗДДС И ОТРАЖЕНИЕТО ВЪРХУ РЕНТАБИЛНОСТТА

Лиляна Бърдукова[1]
Бургаски държавен университет „Проф. д-р Асен Златаров“- Бургас

Резюме: Туроператорската дейност е сред ключовите елементи на туристическата индустрия и оказва съществено влияние върху развитието на националната икономика. В условията на нарастваща конкуренция, дигитализация и динамична нормативна среда управлението на туроператорския бизнес изисква съчетаване на организационни, маркетингови, финансови и данъчни компетенции. Особено значение придобива правилното прилагане на разпоредбите на Закона за данък върху добавената стойност, които оказват пряко влияние върху ценообразуването, рентабилността и конкурентоспособността на предприятията в сектора.

Настоящото изследване анализира съвременните модели на управление на туроператорската дейност, особеностите на специалния режим за облагане на туристическите услуги и влиянието на новите правила за регистрация по ДДС върху финансовите резултати на туристическите предприятия. Специално внимание е отделено на разграничението между туроператорска и турагентска дейност, както и на въздействието на данъчните режими върху избора на бизнес модел и управлението на риска. Изследването е основано на анализ на нормативната уредба в областта на туризма и облагането с данък върху добавената стойност. Използвани са методите на нормативния анализ, сравнителния анализ и системния подход за изследване на влиянието на данъчните режими върху управлението и рентабилността на туроператорските предприятия.

Ключови думи: туроператорска дейност, туристически услуги, режим на маржа, рентабилност, управление.

1. Въведение

Туризмът е сред секторите с най-висока степен на взаимодействие между различни икономически дейности и има съществен принос за икономическото развитие на държавите. Според Световната организация по туризъм (UNWTO, 2024) туристическата индустрия формира значителна част от световния брутен вътрешен продукт и оказва пряко влияние върху заетостта, инвестициите и регионалното развитие.

В рамките на туристическата индустрия туроператорите изпълняват ключова роля чрез създаването, организирането и реализацията на туристически продукти, които обединяват различни туристически услуги в единна пазарна оферта. Развитието на дигиталните технологии, глобализацията на туристическите пазари и променящите се потребителски предпочитания

[1] lilyana-bardukova@uniburgas.bg

поставят нови изисквания пред управлението на туристическите предприятия.

Съществен елемент от управлението на туроператорската дейност е данъчното третиране на туристическите услуги. Специалният режим на облагане по Закона за данък върху добавената стойност създава специфични правила за определяне на данъчната основа, документирането на доставките и формирането на финансовия резултат. Неправилното прилагане на данъчните разпоредби може да доведе до изкривяване на рентабилността, повишаване на данъчния риск и намаляване на конкурентоспособността на туристическите предприятия.

Целта на настоящото изследване е да анализира влиянието на данъчните режими по ЗДДС върху управлението и развитието на туроператорския бизнес, както и отражението им върху рентабилността на предприятията в туристическия сектор.

2. Съвременни модели на управление на туроператорската дейност

2.1. Теоретични основи на управлението на туроператорския бизнес

Туроператорската дейност представлява специфична форма на предприемаческа дейност в туристическата индустрия, при която се осъществява интегриране на различни туристически услуги в единен туристически продукт. Според Middleton и Clarke (2012) туристическият продукт представлява съвкупност от материални и нематериални компоненти, които формират цялостното преживяване на туриста. Това обуславя необходимостта от ефективна координация между множество доставчици, посредници и крайни потребители.

Съвременното управление на туроператорския бизнес се основава на класическите управленски функции – планиране, организиране, координиране, мотивиране и контрол, адаптирани към спецификите на туристическата индустрия (Cooper et al., 2019). Основна цел на управлението е постигането на баланс между удовлетвореността на клиентите, финансовата устойчивост и конкурентоспособността на предприятието.

Според Goeldner и Ritchie (2012) туроператорите изпълняват ролята на ключови посредници в туристическата система, като трансформират отделни туристически услуги в комплексни пазарни продукти. Тази функция изисква управление на сложни взаимоотношения между хотелиери, превозвачи, застрахователи, туристически обекти и крайни клиенти.

В българската нормативна уредба туроператорската дейност е регламентирана в Закона за туризма, съгласно който туроператорът организира туристически пакети и свързани туристически услуги и ги предлага пряко или чрез посредничеството на туристически агенти.

2.2. Съвременни бизнес модели в туристическата индустрия

Развитието на информационните технологии през последните две десетилетия доведе до съществени промени в бизнес моделите на туристическите предприятия. Според Buhalis (2003) дигитализацията трансформира туристическата индустрия чрез създаване на нови канали за комуникация, резервация и продажба на туристически услуги.

Наред с традиционния туроператорски модел все по-широко приложение намират онлайн платформите за резервации и дигиталните туристически пазари. Тези модели позволяват намаляване на административните разходи и разширяване на пазарния обхват, но същевременно увеличават конкуренцията и изискванията към управлението на информацията и клиентските взаимоотношения.

Съгласно анализите на Световната организация по туризъм (UNWTO, 2024) успешните туристически предприятия все по-често прилагат хибридни бизнес модели, съчетаващи традиционни форми на обслужване с дигитални канали за продажба.

Особено място заемат туристическите агенти, които осъществяват посредническа дейност при продажбата на туристически услуги. Макар и сходни по предмет на дейност, туроператорският и турагентският модел се различават съществено по отношение на поемания риск, формирането на приходите и приложимите данъчни режими.

2.3. Значение на финансовото и данъчното управление

В условията на засилена конкуренция финансовото управление се превръща в ключов фактор за устойчивото развитие на туристическите предприятия. Ефективното управление на разходите, паричните потоци и инвестициите е предпоставка за поддържане на конкурентоспособност и рентабилност (Holloway & Humphreys, 2019).

Наред с финансовото управление все по-голямо значение придобива и данъчното планиране. В туристическата индустрия данъчните режими оказват пряко влияние върху формирането на цените, размера на печалбата и конкурентните предимства на предприятията.

Въпреки значителния брой научни изследвания, посветени на управлението и маркетинга в туризма, сравнително ограничено внимание се отделя на влиянието на данъчната политика върху избора на бизнес модел и финансовата устойчивост на туристическите предприятия. Именно този аспект е обект на анализ в настоящото изследване.

3. Данъчни особености на туроператорската дейност и приложими режими по ЗДДС

3.1. Специален режим за облагане на общата туристическа услуга

Една от най-специфичните характеристики на туроператорската дейност е приложението на специалния режим за облагане на общата туристическа услуга, регламентиран в глава шестнадесета на Закона за данък върху добавената стойност. Режимът представлява отклонение от общите правила за облагане и е въведен в съответствие с членове 306–310 от Директива 2006/112/ЕО на Съвета относно общата система на данъка върху добавената стойност. Съгласно чл. 136, ал. 1 от ЗДДС, когато туроператор действа от свое име при осъществяване на пътуване на пътуващо лице и използва доставки на стоки или услуги, предоставени от други данъчно задължени лица, е налице доставка на обща туристическа услуга. За целите на облагането законът приема, че туроператорът предоставя самостоятелна доставка, независимо че туристическият продукт е съставен от множество отделни услуги.

Според Европейската комисия специалният режим е създаден с цел да се преодолеят практическите затруднения при облагането на туристически услуги, включващи доставки, извършвани в различни държави и от множество доставчици (European Commission, 2024). По този начин се осигурява по-ефективно администриране на данъка и се намалява административната тежест за предприятията.

Основна особеност на режима е, че облагаема е не цялата продажна цена на туристическата услуга, а единствено реализираният марж. Данъчната основа се определя като разлика между сумата, платена от клиента, и разходите за закупените услуги, от които пътуващото лице се възползва пряко. (European Commission, 2024).

От управленска гледна точка този механизъм оказва пряко влияние върху процеса на ценообразуване. Туроператорът следва да управлява внимателно разходите за настаняване, транспорт, екскурзоводски услуги, трансфери и други елементи на туристическия продукт, тъй като те определят размера на маржа и съответно размера на дължимия данък.

3.2. Разграничение между туроператорска и турагентска дейност

Един от най-съществените практически въпроси е правилното разграничаване между туроператорската и турагентската дейност. Макар и сходни по икономическа същност, двата модела водят до различни данъчни последици. При туроператорската дейност предприятието действа от свое име и поема отговорност за предоставянето на туристическата услуга към крайния клиент. В този случай по правило се прилага специалният режим за общата туристическа услуга.

При турагентската дейност лицето действа от името и за сметка на друг доставчик и получава възнаграждение под формата на комисиона. Данъчното облагане се извършва по общия ред на закона, като облагаем е размерът на посредническото възнаграждение.

Последните указания на Националната агенция за приходите подчертават, че определящо значение има фактическото съдържание на правоотношението между страните, а не наименованието на договора. Това изисква прецизно структуриране на договорните отношения и внимателен анализ на реално поемания стопански риск.

От гледна точка на управлението правилното определяне на характера на дейността има съществено значение за размера на облагаемия оборот, задълженията по регистрация по ДДС и финансовите резултати на предприятието.

3.3. Данъчно третиране на самостоятелни туристически услуги

През последните години се наблюдава тенденция към нарастване на продажбите на самостоятелни туристически услуги извън традиционните пакетни пътувания. Все по-често туроператорите предлагат отделно хотелско настаняване, самолетни билети, трансфери и други туристически услуги.

От данъчна гледна точка правилното определяне на характера на доставката има съществено значение. Практиката показва, че за целите на ЗДДС понятието „обща туристическа услуга“ не съвпада напълно с понятието „туристически пакет“ по Закона за туризма.

Когато туроператор закупува хотелско настаняване от хотел или друг доставчик и го предоставя от свое име на пътуващо лице, е възможно да бъде приложен специалният режим за обща туристическа услуга. В този случай данъчното третиране се определя от разпоредбите на глава шестнадесета на ЗДДС, независимо дали услугата отговаря на изискванията за туристически пакет по Закона за туризма.

Тази особеност има важно практическо значение, тъй като влияе върху начина на документиране, формирането на данъчната основа и размера на реализираната печалба.

3.4. Самолетни билети и международен транспорт

Особено място в туристическата практика заема продажбата на самолетни билети. Международният въздушен транспорт на пътници е сред доставките, за които е приложима нулева ставка на данъка съгласно чл. 36 ЗДДС.

В практиката туроператорите и туристическите агенти често реализират приходи под формата на комисиони или такси за обслужване при продажбата на самолетни билети. Това налага ясно разграничаване между стойността на превозния документ и възнаграждението за посредническата услуга.

Правилното определяне на данъчния режим е от съществено значение както за коректното документиране на сделките, така и за избягване на данъчни рискове и санкции.

3.5. Новите правила за регистрация по ЗДДС и отражението им върху туристическия сектор

Промените в режима на регистрация по ЗДДС, въведени от 1 януари 2026 г., поставят нови предизвикателства пред туристическите предприятия. Въвеждането на понятието „годишен оборот в страната“ налага по-прецизно проследяване на извършваните доставки и правилното им класифициране

За туроператорите тези промени означават необходимост от по-тясна координация между търговските, финансовите и счетоводните функции. Неправилното определяне на характера на дадена доставка може да доведе до неточно изчисляване на облагаемия оборот и до възникване на риск от закъсняла регистрация по ЗДДС.

В този контекст данъчното планиране следва да бъде разглеждано като част от стратегическото управление на туристическото предприятие. Чрез своевременно идентифициране на данъчните рискове и правилно структуриране на стопанските операции могат да бъдат постигнати по-добри финансови резултати и по-висока устойчивост на бизнеса.

4. Влияние на данъчното третиране върху рентабилността на туроператорския бизнес

Рентабилността е сред основните показатели за оценка на ефективността на стопанската дейност и представлява ключов критерий при вземането на управленски решения. В туристическата индустрия тя се формира под въздействието на множество фактори, сред които структурата на разходите, ценовата политика, сезонността, конкурентната среда и приложимият данъчен режим.

Според Holloway и Humphreys (2019) устойчивото развитие на туристическите предприятия зависи не само от способността им да генерират приходи, но и от ефективното управление на финансовите и административните разходи. В този контекст данъчното облагане следва да бъде разглеждано като част от финансовото управление на предприятието, а не единствено като нормативно задължение.

4.1. Влияние на режима на маржа върху финансовия резултат

Специалният режим за облагане на общата туристическа услуга оказва пряко въздействие върху начина на формиране на печалбата в туроператорските предприятия. При него данъкът върху добавената стойност се начислява върху маржа на туроператора, а не върху пълната стойност на продажбата.

Тази особеност води до различен подход при формирането на продажните цени. Туроператорът следва постоянно да анализира разходите за настаняване, транспорт, застраховки и допълнителни туристически услуги, тъй като те определят размера на реализирания марж и съответно размера на данъчното задължение.

От икономическа гледна точка режимът на маржа позволява по-прецизно обвързване на данъчната тежест с реално създадената добавена стойност. Това създава предпоставки за по-добра конкурентоспособност на туристическите продукти в сравнение с хипотетично облагане върху цялата продажна цена.

Същевременно режимът изисква висока степен на финансова дисциплина и прецизно отчитане на разходите, тъй като грешките при определянето на маржа могат да доведат до изкривяване на финансовия резултат и до възникване на данъчни рискове.

4.2. Влияние на избора на бизнес модел върху рентабилността

Изборът между туроператорски и турагентски модел представлява стратегическо решение, което оказва съществено влияние върху приходите, риска и рентабилността на предприятието. При туроператорската дейност дружеството организира и продава туристическия продукт от свое име. Това позволява формирането на по-висока добавена стойност и реализирането на по-висока печалба, но същевременно води до по-голям финансов риск и по-висока административна тежест.

При турагентската дейност приходът се формира основно чрез комисионно възнаграждение. Рискът е значително по-нисък, но възможностите за увеличаване на печалбата са ограничени от размера на договорените комисиони.

Таблица 1
Сравнителна характеристика на туроператорския и турагентския модел

Показател	Туроператор	Турагент
Основен приход	Продажна цена на туристическата услуга	Комисионно възнаграждение
Данъчен режим	Специален режим на маржа	Общ ред по ЗДДС
Финансов риск	Висок	Относително нисък
Контрол върху ценообразуването	Пълен	Ограничен
Потенциал за рентабилност	По-висок	По-нисък
Административна тежест	Значителна	По-ниска

Източник: Авторска разработка.

Представените данни показват, че данъчното третиране е неразделна част от бизнес модела на туристическото предприятие. В редица случаи

изборът между туроператорска и турагентска дейност се определя не само от пазарната стратегия, но и от данъчните последици за предприятието.

4.3. Данъчното облагане като фактор при управленските решения

Съвременните туристически предприятия все по-често включват данъчния анализ като част от процеса на стратегическо планиране. Това е особено валидно за туроператорите, при които различните видове доставки могат да бъдат обект на различни режими по ЗДДС.

Неправилното определяне на приложимия режим може да доведе до увеличение на разходите, санкции и влошаване на финансовите резултати. Поради това данъчната експертиза се превръща в съществен елемент от управлението на риска.

Таблица 2
Влияние на данъчния режим върху управленските решения

Управленско решение	Данъчно отражение
Продажба като туроператор	Прилагане на режим на маржа
Продажба като турагент	Облагане на комисионното възнаграждение
Продажба на самолетни билети	Прилагане на специални правила за международен транспорт
Продажба на услуги извън ЕС	Влияние върху облагането на маржа
Избор на доставчици	Влияние върху размера на маржа и рентабилността

Източник: Авторска разработка.

Таблицата показва, че значителна част от управленските решения в туроператорската дейност имат пряко данъчно отражение. Това потвърждава необходимостта данъчният анализ да бъде интегриран в процеса на управление на туристическите предприятия.

4.4. Данъчното планиране като инструмент за устойчиво развитие

Според OECD (2024) предприятията, които прилагат проактивен подход към управлението на нормативните и данъчните рискове, постигат по-висока степен на финансова устойчивост и по-добра адаптивност към промените в бизнес средата.

В туристическия сектор данъчното планиране позволява по-добро прогнозиране на финансовите резултати, по-ефективно управление на паричните потоци и ограничаване на риска от данъчни корекции. В този смисъл правилното прилагане на разпоредбите на ЗДДС не следва да се разглежда единствено като законово изискване, а като фактор за повишаване

на конкурентоспособността и устойчивото развитие на туроператорския бизнес.



Фигура 1. Връзка между данъчното третиране и рентабилността
Източник: Авторска разработка.

Получените резултати показват, че данъчното третиране следва да бъде разглеждано като елемент от бизнес модела на туристическото предприятие, а не единствено като счетоводна функция.

5. Практически предизвикателства и насоки за развитие на туроператорския бизнес

Съвременната туроператорска дейност се развива в условията на динамична конкурентна среда, ускорена дигитализация и чести нормативни промени. Това поставя пред туристическите предприятия необходимостта от непрекъснато адаптиране на управленските практики и усъвършенстване на вътрешните контролни механизми.

Сред основните предизвикателства могат да бъдат посочени правилното прилагане на данъчното законодателство, управлението на нарастващия обем от информация и необходимостта от бърза реакция спрямо промените в потребителското търсене. Все по-голямо значение придобиват дигиталните решения, автоматизацията на документооборота и интегрираните системи за управление на туристическите услуги.

Устойчивото развитие на туроператорските предприятия изисква съчетаване на ефективно финансово управление, данъчна експертиза и иновативни подходи при създаването и предлагането на туристически продукти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туроператорската дейност е сред най-комплексните форми на стопанска активност в туристическия сектор, тъй като обединява организационни, финансови, маркетингови и нормативни аспекти в единна система за създаване и реализация на туристически продукти. В условията на

динамична пазарна среда успешното управление на туроператорския бизнес изисква не само познаване на туристическия пазар, но и задълбочено разбиране на данъчната рамка, която оказва пряко влияние върху финансовите резултати на предприятията.

Проведеният анализ показва, че приложимият режим на облагане по Закона за данък върху добавената стойност оказва съществено въздействие върху формирането на цените, управлението на разходите, избора на бизнес модел и размера на реализираната рентабилност. Специалният режим за облагане на общата туристическа услуга създава специфични възможности и ограничения, които следва да бъдат отчитани при вземането на управленски решения.

Особено значение придобива разграничаването между туроператорска и турагентска дейност, тъй като различното данъчно третиране води до съществени различия по отношение на облагаемия оборот, данъчния риск и финансовата устойчивост на предприятията. В този контекст данъчното планиране следва да бъде разглеждано като неразделна част от стратегическото управление на туристическия бизнес.

Настоящото изследване потвърждава тезата, че данъчното третиране на туристическите услуги не следва да бъде разглеждано единствено като елемент от счетоводната отчетност. В съвременните условия то оказва пряко влияние върху избора на бизнес модел, управлението на риска и финансовата устойчивост на туристическите предприятия. Поради тази причина авторът счита, че данъчното планиране следва да бъде интегрирано като самостоятелен елемент в стратегическото управление на туроператорския бизнес.

Използвана Литература

Закон за данък върху добавената стойност. (2006). Обн. ДВ, бр. 63 от 4 август 2006 г., посл. изм. и доп.

Правилник за прилагане на Закона за данък върху добавената стойност. (2006). Обн. ДВ, бр. 76 от 15 септември 2006 г., посл. изм. и доп.

Закон за туризма. (2013). Обн. ДВ, бр. 30 от 26 март 2013 г., посл. изм. и доп.

Директива 2006/112/ЕО на Съвета от 28 ноември 2006 година относно общата система на данъка върху добавената стойност. (2006). ОВ L 347.

Национална агенция за приходите. Указания и становища относно прилагането на специалния режим за туристически услуги и регистрацията по ЗДДС на туроператори и туристически агенти.

Buhalis (2003)

Cooper et al. (2019)

Goeldner & Ritchie (2012)

Holloway & Humphreys (2019)

Kotler et al. (2017)

Middleton & Clarke (2012)

OECD (2024)

UNWTO (2024)

MANAGEMENT AND DEVELOPMENT OF TOUR OPERATOR BUSINESS – PRACTICAL ASPECTS OF VAT TAXATION AND ITS IMPACT ON PROFITABILITY

Lilyana Bardukova[2]
Burgas State University "Prof. Dr. Assen Zlatarov" – Burgas

Abstract: Tour operator activity is among the most dynamic sectors of the tourism industry and contributes significantly to economic development. Contemporary business conditions require tourism enterprises to combine effective management practices with compliance with increasingly complex tax regulations. The application of Value Added Tax legislation plays a crucial role in determining pricing policies, financial performance and competitiveness.

The paper examines the relationship between tour operator business management and the specific VAT rules applicable to tourism services. Particular attention is paid to the special margin scheme, the distinction between tour operator and travel agent activities, and the impact of tax treatment on profitability and business sustainability. The study also analyses recent developments in VAT registration requirements and their implications for managerial decision-making within tourism enterprises.

Keywords: tour operator activity, tourism services, margin scheme, profitability, management.

[2] lilyana-bardukova@uniburgas.bg