

## ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОПТИМИЗИРАНЕ СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ ПРИ ЦЕНООБРАЗУВАНЕТО В ХОТЕЛИЕРСТВОТО

**Йорданка Миткова Илийкова**

Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов  
Катедра „Счетоводна отчетност“

**Резюме:** Разграничаването на класификациите на разходите и приходите за целите на управлението, ценообразуването и финансовото счетоводство е условно. Класификационните подходи могат да се допълват и синхронизират като обект на отчетане и информационна осигуреност. Управленската вътрешна отчетност има разширен обхват и измерители, но не изключва тези на счетоводната отчетност съгласно съответното приложимо законодателство.

Цел на настоящото изследване е да се очертаят възможностите за усъвършенстване на отчетните процеси, свързани с ценообразуването в хотелиерството. Предмет на научното търсене са анализът и отчетността на основните икономически закономерности, характерни за формирането на цените в хотелиерските предприятия.

В резултат на направеното изследване може да се обобщи, че съществуват начини за синхронизиране на финансовото счетоводство с вътрешното управленско. Това не изключва резултатите от теоретико-методологичните изследвания на актуалните аспекти, свързани с международната практика на хотелите, опериращи в страни, приели различни принципи и бази за счетоводно отчетане.

**Ключови думи:** хотел, ценообразуване, счетоводно отчетане.

**JEL:** M41.

## OPPORTUNITIES FOR OPTIMIZING THE ACCOUNTING OF THE PRICING IN THE HOSPITALITY

**Yordanka Mitkova Iliyкова**

The D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov  
The Accounting Department

**Abstract:** The distinction of cost classifications for management, pricing, and financial accounting purposes is conditional, and classification approaches can be complemented and synchronised as an object of reporting and informational provision. Managerial internal reporting has an extended scope and measures, but does not exclude those of accounting under relevant applicable legislation.

The purpose of this study is to outline the opportunities for improving the reporting processes related to pricing in the hotel industry. The research problem is the analysis and the accountability of the main economic patterns typical of the formation of prices in hotel enterprises.

As a result of the survey, it can be summarized that there are ways to synchronise financial accounting with internal management accounting. This does not exclude the results of the theoretic and methodological studies of the current aspects of the international practice of hotels operating in countries that have adopted different accounting principles and bases.

**Keywords:** hotel, pricing, accounting.

**JEL:** M41.

### Увод

Стойността на предлагането на туристическия продукт „настаняване“ е изразител на обществената необходимост от предлагането на същия този продукт. Търсенето е определящо за това, доколко и какъв елемент ще бъде включен в цената – търговска отстъпка и надбавка. Те отразяват средния размер на разходите за продажба на предлаганата услуга на потребителите, в случая гостите на хотела. В тази връзка интерес за настоящото изследване представляват *ценообразуването и гъвкавият финансов мениджмънт в хотелиерството*.

Предметът обхваща възможностите за подобряване на счетоводните процеси за генерирането на информация, необходима за анализа и прогнозирането на цените в хотелите. Основна цел е да се подчертаят икономическите зависимости, които са свързани с предлагането на туристическите услуги, предоставени от предприятието – хотелиер. Второстепенна цел е да се изложи потенциалът за синхронизиране между вътрешната управленска отчетност и финансовото счетоводство. Първата задача се състои в това, да бъдат проучени и анализирани популярните и значимите финансово-икономически показатели в хотелиерската практика, включващи в своята функция фактора цена. Разглеждането на характерните стопански операции, свързани с отчитането на цените, е втората поставена задача. Третата задача е индиректна – да се установи причинно-следствената връзка между естествената икономическа логика на процесите и тяхното счетоводно отчитане. Използвана е стандартна научна методология, която включва главно методите – анализ, синтез, индукция, дедукция, систематизация и класификация.

Обект на научното изследване е информационното осигуряване на политиките за формирането на цените в хотелите.

\*\*\*

В едно скорошно теоретично и практикоприложно проучване на Николова (2016) се разглеждат начините за измерване и аналитичните възможности на основните показатели в хотелиерската индустрия. Акцент в него Николова поставя върху „приходи от налична стая“ – revenue per available room (RevPAR). Този показател се използва в отчетите на систе-

мата от счетоводни сметки USALI<sup>1</sup> и е широко разпространен измерител, въведен преди повече от 25 г., придобил устойчивост и признание. Той се наблюдава непрекъснато, като повечето хотелиери са готови да го споделят в своите годишни отчети за дейността.

“Приходи от налична стая” (RevPAR) отчита едновременно заетостта (Occ – occupancy) и средната дневна цена за наета стая (ADR – average daily rate) през определен период от време (Mauri, 2012 – цит. от Николова, 2016):

$$\begin{aligned} & \text{Приходи от налична стая} = \\ & \text{Заетост} \times \text{Средно дневна цена на стая} \\ & \text{RevPAR} = \text{Occupancy} \times \text{Average Daily Rate} \end{aligned} \quad (1)$$

По своята същност приходите от налична стая са синтетичен показател, тъй като е функция от два други измерителя и позволява да се оцени доколко се постига оптимално съотношение между тях. Този показател неслучайно се разглежда като **система от два взаимосвързани лоста**. Съвременната практика показва, че той постига най-високи стойности при балансирано съотношение между тях.

#### **Пример 1.**

- Брой стаи в хотел „X”: 100 стаи.
- Период: м. юли 2017 г. – 31 дни.
- Стаи на разположение за месеца: 3100 (31 дни x 100 стаи)
- Средна цена за стая през м. юли: 100 лева.
- Заетост през м. юли 2017 г.: 90%
- Реално наети стаи през м. юли 2017 г.: 2790 стаи (3100 x 0.90)
- Приходи от наем на стаи през месеца: 279 000 лева (2790 x 100 лева)
- Приходи от налична стая (RevPAR) през м. юли 2017 г.: 90 лева (279 000 / 3100).

Ако мениджърът (хотелиерът) трябва да изчисли средния приход на база всички налични стаи, имайки предвид максималната леглова база и капацитет на хотела, така че да може да се установи неговата ефективност, то тогава:

$$\begin{aligned} & 100 \text{ лв. средна цена за стая} \times 90\% \text{ заетост} = \\ & 90 \text{ лв. приходи от налична стая.} \end{aligned}$$

---

<sup>1</sup> USALI (Uniform System of Accounts for Lodging Industry – Единна система от счетоводни сметки за хотелиерската индустрия) е система, създадена през далечната 1926 година и наложила се на световно ниво като база за формиране на счетоводна информация, предназначена за целите на финансовото и управленското счетоводство в предприятията от хотелиерския сектор. Първото издание е на Хотелиерската асоциация на Ню Йорк (the Hotel Association of New York City), а последващите редакции са извършени от Американската асоциация на средствата за подслон и местата за настаняване (AHLA – American Hotel & Lodging Association).

Като *основни недостатъци на показателя „приходи от налична стая“* специалистите в областта на хотелиерството (Freed, 2012 – цит. от Николова, 2016) посочват, че *той отразява:*

– *само приходите от стаи, без тези, реализирани от допълнителни услуги* (храни и напитки, паркинг, СПА център и др.), които също допринасят за увеличаването на печалбата в хотела;

– *нарастването на заетостта, без да бъде отчетено, че тя е свързана с нарастване на променливите разходи и не се отчитат допълнителните разходи за заета стая*. Поради тази причина той може да бъде подвеждащ показател.

Изведените по-горе причини за слабостите на показателя „RevPAR“ са доказателство за необходимостта от друг вид измерители, а вследствие на това – и от тяхната информационна осигуреност. Освен това, съставът и икономическата същност на „приходи от налична стая“ подчертават значимостта на анализа и адекватния мениджмънт на ценовата стратегия в хотелиерския бизнес, за да бъде постигната максимална доходност и удовлетвореност от дейността.

В условията на конкурентна среда един от механизмите за привличане на клиенти и оттук – за увеличаване на приходите на туристическото предприятие–хотел, е намаляване на цените за нощувка в стаите под реалната им цена. Тази отстъпка от цената на стаята на практика означава да се намалят цените под тяхната пределна стойност или още – под минималната цена, която би могла да се заплати за една стая. Сnižаването на цените на някои стаи, за определени нощувки, намалява шанса, хотелът да достигне максимални приходи за съответния период. Обикновено това се прилага при групи туристически пътувания и групи от корпоративни резервации, които имат потенциал да се превърнат в редовни гости на хотела.

Предлагането на отстъпки от цената за нощувка, при стандартни бизнес разходи, има за цел поддържането на завоюваните вече нива на пазара, като впоследствие това би могло да допринесе за увеличаване на печалбата от основната дейност в хотела. Дотогава намалените приходи от стаи могат да се компенсират от допълнителни приходи от гостите, потребявайки други услуги и продукти.

При разглеждането на стойността на нощувките в стаите е подходящо да се направи *схема на отстъпките или още – стратегическо планиране на цените*. Тя може да показва *влиянieto на различните отстъпки върху цялостните доходи от дейността или само върху заетостта, като се приеме, че доходността ще бъде винаги една и съща при всеки от вариантите*.

*За подготовка на стратегията е необходимо да се установят освен постоянните, но и променливите разходи от продажбата на всяка допълнителна стая* (в контекста на формула (3) те съставляват *пределната стойност*). В допълнение – към пределната стойност обик-

новено се добавя търговска надценка, която да формира печалбата. Постоянните разходи се правят с цел поддържането на хотелската „супер структура”. Променливите разходи са свързани с домакинския отдел – нает персонал за почистване, смяна на бельо и консумативи. Допълнителните разходи са със сравнително по-малка себестойност – напр. приемане и администриране на резервации, дистрибуционни разходи, транзакционни такси и комисиони на туристическите агенции.

Може да се използва следната методика, за да се изчисли **еквивалентната заетост**, наречена още „**окупация на стая**“, необходима, за да се задържи пределният доход, без допълнителен разход на константа, ако пределната стойност за една стая е дисконтирана (Годорова, 2004):

$$Екв. З = ТЗ \times \{(ПС - ДР) / [ПС \times | 100 \% - ЦОт \% | - ДР]\} \quad (2)$$

където:

- ТЗ – текуща заетост;
- ПС – пределна стойност;
- ДР – допълнителни разходи; и
- ЦОт – отбив от цената.

### **Пример 2.**

Ако приемем, че всички стаи в даден хотел имат една и съща пределна стойност от 80 лв. (реална цена) и че заетостта му е 70 %, също така цената на стаите се намали с 10 %, а допълнителният разход за единица е 10 лв., то тогава горното уравнение за изчисляване на еквивалентна заетост ще придобие следния вид:

$$\begin{aligned} & 70\% \times \{(80 \text{ лв.} - 10 \text{ лв.}) / [80 \text{ лв.} \times | 100 \% - 10 \% | - 10 \text{ лв.}] \} = \\ & = 70\% \times [ 70 \text{ лв.} / (80 \text{ лв.} - 8 \text{ лв.} - 10 \text{ лв.}) ] = \\ & = 70\% \times [70 \text{ лв.} / (72 \text{ лв.} - 10 \text{ лв.})] = 70\% \times 1,13 = 79\% \end{aligned}$$

В схемата по-долу се разглеждат примери за временни стратегии при определянето на цените с цел увеличаване на текущата заетост в хотела и привличане на нови редовни клиенти чрез отбивы от минималната цена, която може да се предложи, без хотелиерът да формира загуба или като запази същия финансов резултат както при текущата заетост.

*Таблица 1*

*Възможни ценови стратегии*

Текуща заетост	70%	70%	70%	70%
Пределна стойност	80 лв.	80 лв.	80 лв.	80 лв.
Допълнителни разходи	10 лв.	10 лв.	10 лв.	10 лв.
Отбив от цената	10%	15%	20%	25%
Еквивалентна заетост	79%	84%	91%	98%

Анализът на показателя „еквивалентна заетост” и зависимостите между съставляващите го фактори подчертават необходимостта от условното разграничаване на направените разходи, във връзка с хотелиерската дейност, с цел подобряване на информационната осигуреност на ценовия мениджмънт.

Систематизацията на елементите на дадено множество, на основата на определени признаци, като един от основните способи на научното познание, е подходяща за *онагледяване разнообразието от разходи в хотелиерската дейност*, тъй като тяхното изследване може да осигури *информация за целите на ценообразуването и финансовото управление*. Класифицирането на разходите намира практическо приложение в разкриването на тяхното многоаспектно проявление, позволявайки задълбочен анализ и установяване на причинно-следствените закономерности, характеризиращи стопанските процеси в хотелиерството.

Според Sorin (2012) е подходящо да се използва *втора счетоводна подсистема, отчитаща спецификите на разходите в хотелиерската индустрия*. В настоящото изследване се предлага създаването на сметки от допълнителния резервен Раздел 8 съгласно Националния счетоводен сметкоплан. Те биха могли да способстват за *систематизирането на информация, която не е регламентирана като задължителна съгласно данъчното и счетоводното законодателство, но е свързана с цените на предлаганите туристическите услуги и пакети*. Освен това *сметките от този раздел могат да се доразвият до друго аналитично ниво с цел по-задълбочен управленски анализ (напр. анализ на преките и косвените разходи)*.

Предлага се следната персонализация на счетоводни сметки от Раздел 8:

- *сметка 801 Вътрешно отчитане* – вътрешно-разчетна сметка, която позволява спазването на правилото за водене на т. нар. „чисти обороти“. Освен това тя кореспондира със сметките от официалното финансово счетоводство.

- *сметка 802 Вътрешно отчитане на вземанията от клиенти* – към нея могат да се създадат аналитични сметки за различните туристически пакети на местни и чуждестранни туристи, ваучери за СПА процедури и друг вид услуги. Те биха могли да улеснят установяването на "разликите" за отделните продажби, които могат да възникнат между стойността на сумата, която трябва да бъде заплатена, и действителната цена вследствие на направени отстъпки.

- *сметка 803 Вътрешно отчитане на ценовите разлики* – със същите аналитични нива като на сметка 802.

- *сметка 821 Променливи разходи* с разработване на подробни аналитични сметки, съобразени с характеристиката на хотелиерската дейност и най-вече със стопанската единица.

Предвид факта за предложени нов метод и за да се определят разходите в хотелиерската индустрия като променливи разходи, е необходимо да се направят някои разяснения. Методът на променливите разходи се основава на принципа на разпределяне на разходите, направени в една икономическа единица, в зависимост от техния принос спрямо физическия обем на производството. Също така съществуват освен променливи и постоянни разходи (конвенционални или още – фиксирани). Има и разходи, които не са нито напълно променливи, нито напълно фиксирани. В настоящото изследване са определени като смесени разходи. Примерите за това са много. Нека разгледаме един, свързан с разходите за телекомуникационни услуги. В повечето стопански субекти в областта на хотелиерството те се отчитат като вид фиксирани разходи, но предвид потенциалността туристи да се обаждат на различни национални или международни телефонни номера от телефона в стаята, тези обаждания ще генерират допълнителни (променливи) разходи.

Смесените разходи се определят, като се прибавят фиксирани разходи към променливи разходи въз основа на следната формулата:

$$СмР = ПрР / \text{Брой на туристите (туристически пакети)} + ФР \quad (3)$$

където:

СмР – смесени разходи;

ПрР – променливи разходи; и

ФР – фиксирани разходи.

Ако се знае, че някои разходи имат смесен характер, но в момента на тяхното отчитане не е налична информация, коя част е променлива и коя част е фиксирана, може да се използва друга сметка – **823 Смесени разходи**. Чрез определяне на променливата и фиксираната стойност на един по-късен етап тя ще кореспондира със сметките 821 и 824.

- **сметка 824 Фиксирани разходи** – отчитането на тези разходи не се променя, когато се променя обемът на хотелиерските услуги, но в по-голямата си степен са преки по отношение на ползите за бизнес единицата.

- **сметка 831 Пределна стойност на предоставените услуги** - тя влиза в кореспонденция със сметки 802 и 803 и трябва да има същите аналитични нива.

За синхронизиране на втората счетоводна подсистема (вътрешна) с финансово-счетоводната (официална) се предлага нов метод и хронологична последователност за отчитане на стопанските операции, а именно:

**1. Отчитане на продадените стоки и направените предварително резервации:**

Дебит с/ка 802 Вътрешно отчитане на вземанията от клиенти

Кредит с/ка 803 Вътрешно отчитане на ценовите разлики

Кредит с/ка 831 Пределна стойност на предоставените услуги

**2. Приключване на сметки 802 и 803:**

- 2.1. Дебит с/ка 801 Вътрешно отчитане  
Кредит с/ка 802 Вътрешно отчитане на вземанията  
от клиенти
- 2.2. Дебит с/ка 803 Вътрешно отчитане на ценовите разлики  
Кредит с/ка 801 Вътрешно отчитане
3. **Текущо счетоводно отчитане на разходите:**
- 3.1. **Отчитане на разходите в системата на официалната  
счетоводна отчетност:**  
Дебит с/ки от гр. 60 Разходи по икономически елементи  
Кредит с/ка 801 Вътрешно отчитане
- 3.2. **Приключване на сметките от гр. 60:**  
Дебит с/ки от гр. 61 Разходи за дейността  
Кредит с/ки от гр. 60 Разходи по икономически елементи
- 3.3. **Отчитане на разходите в системата на управленската  
отчетност**
- 3.3.1. Дебит с/ка 821 Променливи разходи  
Кредит с/ка 801 Вътрешно отчитане
- 3.3.2. Дебит с/ка 823 Смесени разходи  
Кредит с/ка 801 Вътрешно отчитане
- 3.3.3. Дебит с/ка 824 Фиксирани разходи  
Кредит с/ка 801 Вътрешно отчитане
- 3.3.4. Дебит с/ка 821 Променливи разходи  
Дебит с/ка 824 Фиксирани разходи  
Кредит с/ка 823 Смесени разходи
- 3.4. **Отнасяне на разходите по предназначение за целите на  
управленската отчетност:**  
Дебит с/ка 831 Пределна стойност на предоставените услуги  
(със създадени предварително аналитичности за  
различните видове продадени услуги)  
Кредит с/ка 821 Променливи разходи  
Кредит с/ка 824 Фиксирани разходи
- 3.5. **Приключващи операции и операции за изчистване на оборо-  
тите:**
- 3.5.1. Дебит с/ка 801 Вътрешно отчитане  
Кредит с/ки от: гр. 40 Доставчици, гр. 42 Персонал и  
други вътрешни контрагенти,  
гр. 45 Разчети с бюджета и с ведомства,  
гр. 46 Разчети с осигурители
- Необходимо е да се създаде като едновременна автоматична опера-  
ция в счетоводния програмен продукт при отчитането на разходите по  
икономически елементи.
- 3.5.2. Дебит с/ка 801 Вътрешно отчитане  
Кредит с/ка 801 Вътрешно отчитане – автоматична сторно  
операция със сумата на всеки отделно  
отчетен разход по икономически елемент.



Оборотите от сметки 821 Променливи разходи и 824 Фиксирани разходи осигуряват необходимата информация за ценообразуването според прогнозната заетост в хотела, като размерът на променливите разходи и размерът на фиксираните разходи (допълнителни за единица) съставляват пределната стойност за конкретно предлаганата услуга. Освен това аналитичността, по видове предлагани хотелиерски услуги, към сметки 802 Вътрешно отчитане на вземанията от клиенти и 803 Вътрешно отчитане на ценовите разлики, както и съпоставката на същите с аналитичността към сметка 831 Пределна стойност на предоставените услуги, позволяват проследяването на различните ценови политики във времето за всеки пазарен сегмент.

Сезонното търсене при ваканционните хотели и дневните и месечни флукутации при градските хотели налага все повече използването на динамичното ценообразуване като метод за оптимална заетост. Пенкова (2013) в едно свое научно изследване разглежда *ревеню мениджмънта* като един сравнително нов метод за оптимизиране на приходите, който използва *динамичното ценообразуване като основа за получаване на най-доброто съотношение между цена и заетост*.

Ревеню мениджмънтът е приложим в индустрии със следните характеристики:

- относително фиксиран капацитет;
- възможност за сегментиране на пазара;
- нетрайност на предлаганите услуги;
- възможност за предварителна продажба;
- предвидимо търсене във времеви аспект;
- ниски допълнителни разходи за продажба и високи променливи разходи.

При динамичното ценообразуване се прилагат диференцирани цени спрямо различните сегменти клиенти, което води до по-високи приходи отколкото при прилагането на линейни цени спрямо броя стаи, заети в хотела.

*Ревеню мениджмънтът може да бъде допълнен с управленски-счетоводен анализ на база показателя „еквивалентна заетост“ и във връзка с това бюджетирането на пределния доход и пределната стойност за стая (нощувка) за определен период от време.*

*Видове цени в хотелиерството при прилагане на ревеню мениджмънта*

1. *Цени на рецепция* – цените, които се обявяват съгласно законите изисквания на рецепциите на хотелите.
2. *Официално публикувани цени*
  - BAR website /Best Available Rates/ – това са най-добрите цени, на които може да се направи резервация на уебсайта на хотела;
  - BAR direct – най-добри цени, предлагани на крайни клиенти по телефон, електронна поща, факс;

- BAR indirect commissionable – това са най-добрите цени, предлагани през on-line туристически агенции с включена комисиона в тях;
  - Промоционални цени с кратки срокове за продажба;
  - Цени за специални мероприятия и събития.
3. *Договорени цени.*
  4. *Цени за групи* (напр. корпоративни бизнес пътувания и семинари).
  5. *Цени на едро* (чрез туроператори).
  6. *Други цени* (напр. цени за настаняване на клиенти от овърбукинг на други хотели).

*Счетоводното отчитане на приходите в хотелиерството* би могло да бъде организирано *на аналитично ниво или чрез синтетични подсметки според различните подходи за формиране на тези приходи и видовете цени.* Това ще подпомогне *да се съпоставят същите, в процентно съотношение, с направените разходи за основната дейност – „настаняване“ и да се определи рентабилността от продажбите за всеки един пазарен сегмент, в който хотелът е оперирал в минало време.* Данните от това съпоставяне могат да бъдат използвани за планиране на дейността, за по-реалистични прогнозни очаквания спрямо печалбата, както и за оптимизиране на ценообразуването.

Това разглежда и Димов (2013) в едно скорошно емпирично изследване за динамиката на бюджетните пера при продажбата на апартаменти, туристически и хотелиерски услуги, спа услуги и услугите по управление и поддръжка, свързани с оперативното и стратегическото развитие на туристическия комплекс.

За изготвянето на бюджета по продажбите Димов предлага да се използват данни от сметка „Приходи от продажби на услуги” от предходния отчетен период. Въз основа на това и съвместно с получена информация от Фронт офиса на хотела, свързана с реализираните количества услуги по отделни видове за предходния отчетен период, и отчитайки промените в цените през предстоящия период, бюджетът ще представи в структуриран вид показатели за потенциалния обем продажби в натурално изражение, прогнозната продажна цена и плановите приходи от продажби по месеци за бъдещия отчетен период. *За определяне приходите от продажби се използва основно следният формулен апарат, който може да бъде модифициран за различните видове цени, съгласно ревеню мениджмънта:*

$$\text{ПрПрод} = \Sigma \text{ПОб} \times \text{Ц}, \quad (4)$$

където:

ПОб – потенциален обем за реализация на услугите на фирмата; Ц – цени.

Подготовката на оперативни бюджети е приоритет на счетоводния отдел в хотелиерското предприятие. На база на информацията от счетоводните сметки, от миналия отчетен период, и от други източници на

данни, също документиран в определена хронологична последователност, *счетоводната-управленската отчетност и бюджетирането дават възможност да се прогнозира заетостта и разходите през следващия отчетен период, а от тук – цените, потенциалният обем на приходите и финансовият резултат от дейността.*

### **Заклучение**

В резултат на направеното научно изследване може да се обобщи, че съществуват възможности за оптимизиране на счетоводната политика в хотелиерските предприятия и те са свързани с динамичния анализ на цените, ценообразуването, текущото счетоводно отчитане и планиране, а оттам – с бюджетирането на цялостната дейност.

Показателите за измерване и анализ на цените, подчертаващи естествените икономически закономерности, които са характерни за хотелиерската дейност, предопределят вида на систематизацията на данните, необходими за информационната осигуреност на същите. Някои от тях се различават от стандартната обобщена информация, която може да се генерира чрез счетоводни справки от официалното финансово счетоводство. За решаването на този проблем е предложено създаването на нови задбалансови счетоводни сметки.

Въвеждането на втора счетоводна подсистема от сметки, към приложимия сметкоплан на предприятието, позволява едновременно отчитане на стопанските операции съгласно счетоводните стандарти и съответното данъчно законодателство и в същото време водене на вътрешна отчетност за целите на финансовия мениджмънт.

### **Използвани източници:**

Димов, С. (2013). *Съвременни аспекти на бюджетирането на бъдещи финансови потоци* (теоретични подходи и емпирично изследване). Годишник на БСУ 2013, том XXIX, 74-103.

ISSN:1311-221-X - онлайн. Изтеглено от:  
<http://research.bfu.bg:8080/jspui/handle/123456789/517>

Дата на последно влизане: 25.04.2017 г.

Николова, И. (2010). *Икономически индикатори на хотелиерската и ресторантьорската дейност на фирмата*, София, изд. „Авангард Прима“, с. 125-148.

Николова, И. (2016). *Аналитични възможности на основните показатели в хотелиерската индустрия*. Сп. „Икономически и социални алтернативи“, УНСС - София, (3), 71-82. ISSN: 1314 - 6556 Изтеглено от:

<http://www.unwe.bg/alternativi/bg/journalissues/article/9604>

Дата на последно влизане: 17.03.2017 г.

Пенкова, Д. (2013). *Приложение на ревеню мениджмънта при ценообразуването в хотелиерството*. Научни трудове на Русенския университет, том 52, серия 5.1, 232-236.

Изтеглено от: <http://conf.uni-ruse.bg/bg/?cmd=dPage&pid=proc13-5.1>

Дата на последно влизане: 25.04.2017 г.

Тодорова, Г. (2003). *Управление на разходите в хотелиерството*.

Investments in the future: Fourth international scientific conference. Scientific and Technical Unions - Varna, 149-153.

Тодорова, Г. (2004). *Ценообразуването в хотелиерството*.

Годишник. Университет Проф. д-р Асен Златаров - Бургас,

т. 33 (1), 238-242.

Freed, Janson Q. (2012). *RevPAR remains trusted tool in data arsenal*. Изтеглено от: <http://www.hotelnewsnow.com/Articles/16410/RevPAR-remains-trusted-tool-in-data-arsenal> Дата на последно влизане: 04.05.2017 г.

Hotel Association of New York City. (2014). *Uniform System of Accounts for the Lodging Industry*. American Hotel & Lodging Educational Institute, New York.

Mauri, A. G. (2012). *Hotel Revenue Management: Principles and Practices*, Pearson, 27-38.

Sorin, B., & Carmen, S. (2012). *The relevance of management accounting for the hospitality industry*. The Annals of The University of Oradea, Romania. Economic sciences, Tom XXI 1st Issue / July 2012, 886.

ISSN 1222-569X (printed format); ISSN 1582-5450 (electronic format)

Изтеглено от:

[https://www.researchgate.net/profile/Anna\\_Moisello/publication/266850460\\_COST\\_MEASUREMENT\\_AND\\_COST\\_MANAGEMENT\\_IN\\_TARGET\\_COSTING/links/54f812db0cf2ccffe9dca4c7.pdf#page=886](https://www.researchgate.net/profile/Anna_Moisello/publication/266850460_COST_MEASUREMENT_AND_COST_MANAGEMENT_IN_TARGET_COSTING/links/54f812db0cf2ccffe9dca4c7.pdf#page=886)

Дата на последно влизане: 30.07.2017 г.