

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“

БЛАГОЕВГРАД

Стопански факултет, катедра „Финанси и отчетност“

Виктор Николов Хаджикотев

**ФИНАНСОВО ОСИГУРЯВАНЕ И ОТЧЕТНОСТ НА
ТУРИСТИЧЕСКАТА АГЕНЦИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за присъждане на образователна и
научна степен

„доктор“ по научна специалност „Финанси, парично
обръщение, кредит и застраховка“

Научен ръководител:

Доц.д-р Минко Велков

Благоевград

2015

Дисертационният труд е обсъден на катедрен съвет на катедра „Финанси и отчетност” при Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски” – Благоевград на 01.06.2015 година и е насрочен за защита на 10.07.2015 г.

Авторът на дисертационния труд е докторант на самостоятелна подготовка в катедра „Финанси и отчетност” при Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски” – Благоевград.

Материалите по дисертационния труд са на разположение при секретар катедра „Финанси и отчетност” при Стопански факултет на Югозападен университет „Неофит Рилски” – Благоевград.

1.КРАТКА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Актуалност на темата

Туризмът, който е едновременно голям и бързо развиващ се сектор, е сред двигателите на българския икономически растеж през последното десетилетие. България разполага с уникални географски, природни, културно-исторически и други ресурси и условия за перспективното и устойчиво развитие на туризма. Наличните рекреационни и туристически ресурси позволяват развитието на различни видове туризъм и тяхното комбиниране, както и използването им за два сезона или през цялата година. През последните години заедно с ваканционния черноморски туризъм бързо се развиват и планинския ски-туризъм, културно-историческия, балнеоложкия, конгресния, селския и други форми на туризъм.

Всичко това стимулира развитието на туристическите агенции в България. Те са свързващо звено между другите основни дейности в туристическия бранш. Броя на туристическите агенции се е променил в годините след 1989 г. В началото на м. май 2015 г. агенциите в България са 2 878, като те участват активно в икономическите процеси в сферата на туризма.

Финансирането е основен фактор за растежа в туристическия бизнес. Финансирането на туристическата агенция тясно се свързва и зависи от точното представяне на счетоводната информация, която е основна, базисна предпоставка за взимане на финансови решения както за кредитирането, така и за инвестирането в туризъм. Настоящото изследване акцентира именно на тази връзка между финансите и счетоводното отчитане и е посветено на някои от актуалните въпроси в тази област.

Разгледана е проблематиката на кредитирането и рисковете при финансирането на туристическия бизнес, в т.ч. на

туристическата агенция. Финансовият риск може да бъде идентифициран в определени рамки при анализ на финансовите отчети, които дават възможност да се проследи платежоспособността и ликвидността на туристическата агенция.

Изследването е ограничено в един от основните субекти на туристическия бизнес – туристическата агенция, която функционира не само като посредник, но и генерира туроператорски продукт.

Като се изхожда от тези основни постановки, изследването засяга важни проблеми на финансирането в контекста на същността на туристическата агенция, нейния правен статут, особеностите на счетоводното отчитане и др. Определени, добре познати на читателя въпроси и понятия се посочват в текста единствено и само с цел да се подкрепят основни изводи и постановки в изложението.

Някои възможности на финансиране са засегнати не само като фактология, а също така и с цел да се намери пряката връзка между възможната и конкретната им реализация. Изследването е проведено въз основа на анализа на редица теоретични постановки и на конкретно проучване на дейността на туристически агенции и отпусканото им кредитиране за дейността от банкови институции.

В тази връзка трябва да се подчертае, че у нас към момента няма цялостни изследвания и специализирани анализи в областта на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане - основен източник на информация за финансовото състояние на туристическите агенции. Разработки по отделни проблеми ясно очертават необходимостта от методологически фундамент, който да подпомогне оптимизирането и развитието на финансирането и на счетоводното отчитане в туристическите агенции. Това поставя на дневен ред актуалността на въпросите за представяне на стройна и рационална организация на финансите, както и на счетоводна система за отразяване на

резултатите от дейността на туристическите агенции в България и изследване на проблемите в тази област.

Основна изследователска теза

Въз основа на анализ на съществуващата практика във финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическите агенции в Република България и проучване на специализирани литературни източници се формулира следната **изследователска теза: подобряването на методиката за финансово осигуряване и счетоводно отчитане в туристическите агенции ще допринесе за оптимизиране на финансовите им резултати, което ще доведе до по-висока и ускорена възвращаемост на капитала.** Ето защо проучването и определянето на възможностите за финансиране и на счетоводно отчитане на дейността ще даде на туристическите агенции ясни отговори за това как трябва да организират бъдещата си дейност.

Главна цел, задачи, обект и предмет

Главната цел на дисертационния труд е да се извърши анализ на финансовото осигуряване и на счетоводната система в туристическите агенции и чрез сравняване на констатираните резултати с утвърдени практики да се разработи модел за счетоводно отчитане, създаващ условия за подобряване на финансовото осигуряване на туроператорската и турагентска дейност.

За постигане на набелязаната цел са формулирани следните **изследователски задачи:**

- Открояване на особеностите на финансово осигуряване и счетоводно отчитане в туристическите агенции;
- Определяне на критериите, показателите и методите за анализ и оценка на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическите агенции;

- Систематизиране на източниците на финансовото осигуряване и методиките на счетоводното отчитане в туристическите агенции;
- Очертаване на основните проблеми на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане на туристическите агенции.
- Разработване на модел на счетоводно отчитане в туристическите агенции, прилагането на който създава условия за повишаване на ефективността на туроператорската и турагентска дейност.
- Формулиране на насоки за подобряване на качеството на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическите агенции в Република България.

Обект на изследването в дисертационния труд са съществуващите условия за финансово осигуряване и счетоводно отчитане на дейността на туристическите агенции у нас.

Предмет на изследването в дисертационния труд са туристическите агенции в България и установените в тях практики за финансово осигуряване и счетоводно отчитане.

Методология на изследването

За постигане на целите на изследването и решаване на поставените задачи са използвани съвкупност от подходи и методи. Методологията на изследването включва експертния метод, наблюдение, сравнение и анкетно проучване, свързани с финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическите агенции. В изследването е използван разнообразен статистически и емпиричен материал. Синтезирани са основни изводи и заключения.

Резултатите от изследването и предложеният методологически апарат да могат да бъдат пренесени и използвани в практиката за анализ и оценка на финансовото

осигуряване и счетоводното отразяване на икономическата информация в туристическите агенции.

Ограничения в изследването

В процеса на изследването и решаването на поставените задачи трябва да се имат предвид допусканията и ограниченията, произтичащи от изключително малкия брой публикации и издания с анализи, както и липсата на добри практики свързани със счетоводното отчитане и финансовото осигуряване в туристическите агенции. В разработката са отразени постановки в нормативната уредба за периода до м.май 2015 г.

Актуалност и апробация на дисертационното изследване

Дисертационният труд ще послужи за усъвършенстване на финансовото осигуряване и повишаване на ефективността на счетоводните информационни системи в туристическите агенции. Така ще се постигне повишаване на удовлетвореността на ръководители, счетоводители и други потребители от икономическата информация, създавана, обработвана и представяна чрез системата на счетоводна отчетност.

В съответствие с тенденциите за перспективно, устойчиво и ефективно развитие на българския туризъм определено може да се посочи, че дисертационният труд има актуален характер. Актуалността на темата на дисертационния труд и нейната значимост са основа за по-нататъшната изследователска работа за усъвършенстване на предложения модел за повишаване на ефективността на икономическите информационни системи в туристическите агенции.

По темата са направени седем публикации, четири от които в чужбина на английски език.

Представените методики са използвани в практиката от туристическа агенция Александрия Тур и от създателите на счетоводен софтуер Контико И ООД и Сонита Феникс ООД.

Обхват на дисертационния труд

Дисертационният труд е в обем от 294 страници и се състои от увод, изложение в три глави, заключение, използвана литература и 11 приложения. Направеното изследване включва 9 таблици и 38 схеми.

II. СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ВЪВЕДЕНИЕ

ГЛАВА ПЪРВА

СЪВРЕМЕННО СЪСТОЯНИЕ НА ФИНАНСОВОТО ОСИГУРЯВАНЕ И СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ В ТУРИСТИЧЕСКАТА АГЕНЦИЯ

1. Същност на туристическото предприятие. Правен статут, нормативно

регулиране и особености на туроператорската и туристическата агентска

дейност в Република България

1.1. Същност и класификация на туристическите предприятия

1.2. Нормативно регулиране на дейността на туристическата агенция

1.2.1. Нормативна уредба на туризма в България

1.2.2. Еволюция в правното регулиране на туристическата агенция

1.3. Особености на дейността на туристическата агенция

2. Финансиране на дейността на туристическата агенция

3. Особености на счетоводното отчитане в туристическата агенция

ГЛАВА ВТОРА

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ ВЪПРОСИ НА ФИНАНСОВОТО ОСИГУРЯВАНЕ И СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ В ТУРИСТИЧЕСКАТА АГЕНЦИЯ

1. Планиране и контрол на финансирането на туристическата агенция

1.1. Същност и методика на финансовото планиране на туристическата агенция

1.2. Анализ и насоки за подобряване на планирането и контрола на текущата дейност по отношение на финансирането на туристическата агенция

1.3. Рискове свързани с дейността на туристическата агенция

2. Методика за счетоводното отчитане в туристическата агенция

ГЛАВА ТРЕТА

ПРИЛОЖНИ ВЪПРОСИ НА ФИНАНСОВОТО ОСИГУРЯВАНЕ И СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ В ТУРИСТИЧЕСКАТА АГЕНЦИЯ

1. Анализ на финансовото осигуряване на туристическата агенция. Насоки за подобряване методиката финансовото осигуряване в туристическата агенция

1.1. Анализ и оценка на съществуващата практика при финансиране от банкови институции на дейността на туристическата агенция

1.2. Изводи и препоръки за подобряване достъпността до външно финансиране, предоставяно от банкови институции на туристическата агенция

1.3. Анализ и насоки на съществуващите практики за финансиране на дейността от гледна точка на туристическата агенция

1.4. Изводи и препоръки за оптимизиране процеса на финансиране на дейността на туристическата агенция

1.5. Насоки за подобряване и усъвършенстване на съществуващите практики при финансиране дейността на туристическата агенция

2. Анализ и насоки за подобряване на счетоводното отразяване на определени процеси, свързани с дейността на туристическата агенция. Предложения за промени в

нормативната уредба, регулираща дейността на туристическата агенция

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЯ

ПРИЛОЖЕНИЯ

III. КРАТКО ОПИСАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ГЛАВА ПЪРВА. Съвременно състояние на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическата агенция

В глава първа е очертана теоретичната рамка на изследването, проследявайки състоянието и тенденциите във финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическата агенция.

В първи параграф на тази глава е представена същността на туристическото предприятие, правния статут, нормативната база и особеностите на туроператорската и туристическа агентска дейност у нас.

В икономическата литература¹ *предприятието* най-често се представя като стопанско-организационна единица, в която са съсредоточени средствата за производство, които работната сила използва за производствена или друга стопанска дейност.

Класическите функции на предприятието са производствената и търговската, посредством които то целенасочено осъществява и реализира своята основна обществена роля.

Производствената функция на туристическото предприятие, наред с общите характеристики с другите предприятия със стопанска дейност, има своята специфика и особености. Резултатите от неговата дейност имат предимно нематериален характер. Съпадението по време и място на производството и потреблението в туризма също обуславя особеностите в проявлението на функцията на туристическото предприятие.

¹ Тази проблематика е разгледана в трудовете на Попов, Г., Щерев, Н., Икономика на предприятието, София, 2009; Константинова, С., Икономика на туристическото предприятие, София, Летера, 2011; Николов, Б., Управление на предприятието, София, Брейтс, 2009; Милев, Н. Икономика на предприятието, София, Авангард-Прима, 2008.

Съществува специфика при реализацията на *търговската функция на туристическото предприятие*. Тя се проявява предимно в рамките на туристическия отрасъл и в този смисъл е присъща само на туристическите предприятия.

Като цяло ***туристическото предприятие се характеризира като организационно-правна, стопанска и териториална единица, която участва в процеса на създаване и реализация на специфични по характер блага, предназначени за удовлетворяване на туристически и свързани с тях потребности.***

Широко разпространено и утвърдено в теорията е разграничаването на туристическите предприятия в две основни групи - *първични* (преки, същински) и *вторични*. Към първата се отнасят предприятията, които са създадени специално да обслужват туризма и в този смисъл дължат съществуването си на него. Втората група е предназначена да удовлетворява потребностите на местното население.

Особено място и роля в групата на първичните туристически предприятия заемат онези от тях, които ***осъществяват връзката между обекта и субекта в туризма.*** Те са познати под общото наименование ***туристически агенции***, които от своя страна се разграничават на туроператори и туристически агенти. Първите се занимават предимно с организирането и провеждането на туристически пътувания с обща цена, а вторите - с реализация на чужди продукти и услуги.

Дейността на туристическите агенции се осъществява в два аспекта като организаторска и като посредническа.

Организаторската дейност дава проявление на производствената функция на туристическата агенция, изразяваща се в подготовка и провеждане на групови и индивидуални пътувания с обща цена.

Посредническата дейност, извършвана от туристическата агенция, е спомагателна по отношение на осъществяването на главната функция. Състои се от два етапа - “букинг”-

ангажиране по отношение на туристите, и “сървисинг”-реализиране на ангажиментите². Осъществяването ѝ е свързано със заплащане на комисионна за полученото съдействие по реализация на фирмения продукт.

Туроператорската дейност обхваща цялостната подготовка и провеждане на групови и индивидуални туристически пътувания срещу обща цена, включваща основни и допълнителни услуги, комплектувани в туристически пакет. Тя се осъществява от специализирано за организиране на пътувания предприятие – туроператор, което комплектува чужди услуги и ги предлага на пазара от свое име и за своя сметка.

Със свои особености се характеризира и **туристическата агентската дейност**, осигуряваща връзката между клиентите и предприятията в туризма, транспорта и други сектори на обслужващата сфера, а също между туристите и туроператорите и турагентите при продажба на организирани пътувания с обща цена.³

След представяне на обекта на изследването са разгледани **основни аспекти на правното регулиране на туризма у нас, като е обърнато внимание на еволюцията на правния статут на туристическата агенция.**

Нормативната уредба в областта на туризма е предназначена да регламентира и контролира туристическите дейности, като гарантира защитата на потребителя. Нормативната уредба у нас претърпява актуализация с цел подобряване на условията за дейност на туристическите фирми и усъвършенстване на контрола върху качеството на туристическия продукт.

Регламентацията в специализирани закони в областта на туризма започва с приетия през 1998 Закон за туризма (обн. ДВ. бр.71 от 23 юни 1998г.), преминава през уреденото в нормите на

² Lehman, A., Travel and tourism: an introduction to agency, 1995. p.43

³ Рибов, М, и колектив, Туроператорска, агентска и транспортна дейност, София, Тракия-М, 2009, с.15.

Закона за туризма от 2002г. (в сила от 01.10.2002 г., обн. ДВ. бр.56 от 7 юни 2002 г., с многобройни изменения и допълнения, последното от които е в ДВ. бр.27 от 15 март 2013 г., отм. ДВ. бр.30 от 26 март 2013г.), като към днешната дата регламентацията в тази област е представена в едноименния Закон за туризма, който е в сила от 26.03.2013 г. (обн. ДВ. бр.30 от 26 март 2013 г.).

Целите на действащия в момента Закон за туризма са да се осигурят условия за устойчиво развитие на туризма и на конкурентоспособен национален туристически продукт; да се създадат условия за развитие на специализираните видове туризъм - културен, здравен, СПА и уелнес, селски, еко, конгресен, детски и младежки, приключенски, спортен, ловен, голф и друг туризъм; да се въведат единни критерии за извършване на туристически дейности и предоставяне на туристически услуги и да се осигури защита на потребителите на туристическите услуги.

Разглеждайки специализираните закони в областта на туризма у нас, за целите на разработката е важно да се разгледа еволюцията на правното регламентиране и третиране на *туристическия агент и туроператора*, както и свързаните с тях понятия, които изразяват техния предмет на дейност – *туристическата агентска дейност и туроператорската дейност*.

Следва да отбележим, че в Закона за туризма от 1998г. *е регламентирано определението на туристическия агент, но липсва такова на туроператора*.

В Закона за туризма от 2002 г., и по-точно в редакцията му до 2004 г., се запазва определянето на туристическия агент като лицензиран от закона търговец. Еднозначно определение е дадено вече и на туроператора. През 2004г. е направена редакция, която има съществено значение за реда, по който се дава статут на туроператор и туристически агент, както и за същността на дейностите, които те извършват.

В Закона за туризма от 2013 г. е разширен статутът на туроператора и туристическия агент, като за такива се признават не само регистрираните по реда за закона, а и вписаните в регистъра на туроператорите и туристическите агенти. Значителни промени има в определението за туристическа агентска дейност. След запазването на формулировката за същността на дейността – да извършват посредничество, законът посочва, че и турагентите осъществяват продажби на организирани туристически пътувания с обща цена на крайни потребители (което при Закона за туризма от 2002г. важеше само за туроператорите).

Направено е ***систематизиране на особеностите в дейността на туристическата агенция.***

Дейността на туристическата агенция е обособена в две насоки - основна и допълнителна.

Основната дейност се изразява в:

- посредничество при продажбата на билетите и резервиране на места за всички видове транспорт;
- резервиране на места в хотелите и във всички други места за настаняване;
- поръчване на услуги в други туристически агенции;
- организиране на продажби и реализация на комбинирани услуги и пътешествия, включващи набор от следните услуги: превозване, настаняване, хранене, екскурзии, посещение на спортно мероприятие и т.н.;
- работа с делегации в качеството на представител на други национални или чужди агентства по тяхна молба или от тяхно име. Предоставяне още на всички услуги необходими за тяхната дейност.

Допълнителната дейност включва:

- предоставяне на безплатна туристическа информация и разпространение на рекламни материали - продажба на пътеводители, карти, разписания и други;
- обмяна на валута и продажба на пътнически чекове;
- натоварване и отпращане на багажа на определен адрес;

- оформяне на застрахователни полици на клиентите в случай на загубен или повреден багаж или за несчастен случай, а също така за други произшествия;
- даване под наем на автомобили, поръчка на чартърни полети, специални влакове и други транспортни средства;
- поръчка и закупуване за своите клиенти на билети за театър, кино и други спектакли;
- взимане под наем за туристите на спортни принадлежности.

Разнообразието на структурата на дейността на туристическата агенция се регулира, от юридическа гледна точка чрез сключваните от агенциите различни видове търговски договори.

С договора за организирано пътуване туроператорът се задължава да предостави туристическо пътуване с обща цена на потребителя срещу заплащане на определена цена.

Могат да се обособят *две групи договори според правата и задълженията*, които са определени с тях.

Първата група е на *нетните договори*, които се сключват между туроператори и преките доставчици на услуги. Услугите по тези договори се осъществяват срещу представяне на ваучер.

Освен нетните договори, които сключват туроператорите, агенциите сключват *комисионерски договори*. За тях е характерно, че посочват крайна цена, която се предоставя на клиента и отделно определят процент от нея, който представлява комисионната на агента. Комисионерски договори могат да се сключват както между туроператори и агенти, така и между туроператори/агенти и хотел, туроператори/агенти и доставчици на международен транспорт и т.н.

Във вторият параграф на първа глава са представени същността и видовете финансиране в туристическата агенция.

При осъществяване на дейността си всяко предприятие има нужда от определени финансови средства, които да подсигурят неговото функциониране. *Процесът на получаване на средства,*

с цел създаване и развие на бизнес може да се определи като финансиране.

Финансирането е съвкупност от дейности по осигуряване на капитали, необходими за стартирането, функционирането и развитие на предприятието, за увеличаване на неговите производствено-икономически резултати. То е непрекъснат процес, свързан с постоянно търсене на подходящи източници на средства, анализиране на техните предимства и следене на тяхната цена, съобразявайки се с изискванията за ликвидност и възвръщаемост на инвестиционни проекти.

Основна цел на финансирането е осигуряване на необходимите източници на финансови ресурси за текущата и инвестиционна дейност на предприятието.

Финансовите ресурси представляват съвкупност от собствения и заемен капитал на дружеството. Финансите и финансирането на предприятието са свързани с взаимоотношения, които възникват между предприятието и различните стопански субекти, юридически и физически лица.

Финансирането може да се разглежда в широк и тесен смисъл. В тесен смисъл финансирането се свързва с източниците и начините на финансирането, предназначено за първоначално стартиране и за последващо разширяване на бизнеса, докато в широк смисъл към финансирането следва да се включи и финансирането на текущата им дейност.

Следователно, в зависимост от това какъв е източникът, т.е. от къде идва, могат да бъдат разграничени два основни вида на финансиране - вътрешни или външни.

Основни вътрешните източници са неразпределената печалба, амортизационните отчисления и резервите.

Неразпределената печалба е печалбата на предприятието след данъчно облагане. Общото събрание на собствениците/акционерите може да реши как да бъде извършено нейното разпределение - под формата на дивиденди между акционерите или съдружниците, и/или за реинвестиране

в дейността на фирмата, в т.ч. за финансиране на различни инвестиционни проекти.

Наред с неразпределената печалба, за целите на вътрешното финансиране се ползват и *амортизационните отчисления*, чиято роля не се ограничава само с финансиране на възстановяването на изхабените дълготрайни активи. Те са на разположение през цялото време като част от постъпващите парични средства от реализация на стоките и услугите, в чиято стойност са калкулирани.

Продажбата на дълготрайни материални активи е друга възможна форма на вътрешно финансиране чрез освобождаване на капитал.

Друг вид екстензивна форма на финансиране е *отдаването на недвижимо имущество под наем*.

Финансирането чрез вътрешни източници има значителни предимства пред външното финансиране. Разширяването на едно предприятие за сметка на вътрешни източници е в истинския смисъл растеж, тъй като то е резултат от реализирането и натрупването на доход от неговата дейност.

Външните източници на финансиране се получават от трети страни извън предприятието.

Най-често срещаните *форми на външно финансиране са заеми, кредитни линии и наемни договори*. Това са услуги, които се предлагат от финансовите институции с цел осигуряване на средства за развитие на бизнеса и в отговор на нуждите от ресурс за инвестиции.

Заетият капитал от банкови институции се използва за определен период, след който подлежи на връщане. Привлича се за определена цел, при определена лихва в зависимост от срока на ползване. По този признак се разграничават два вида финансиране от банки - краткосрочно и дългосрочно.

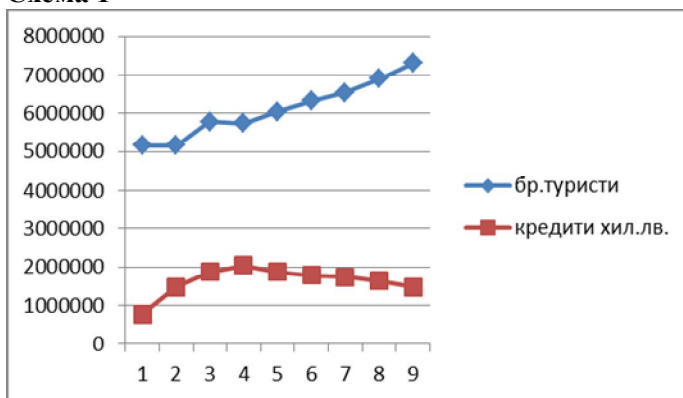
Краткосрочното финансиране се осигурява от краткосрочни кредити, които имат за цел да осигурят нормалното и ритмично протичане на текущата дейност на

предприятието. Те се отпускат за срок до една година и допълват необходимите оборотни средства.

Дългосрочното финансиране осигурява на предприятието средства за ново строителство, реконструкция или разширение на дейността. Най-често то е под формата на банков кредит за определени цели и срокове, при определена лихва, който е осигурен от кредитополучателя чрез обезпечение. В съвременните условия това е основната форма на дългосрочно кредитиране на предприятията.

Проследяването на тенденциите в размера на отпуснатите кредити на туристически предприятия от финансови институции спрямо чуждестранните туристи, посетили страната ни за периода 2006-2014г. се изразява в схеми 1 и 2⁴:

Схема 1

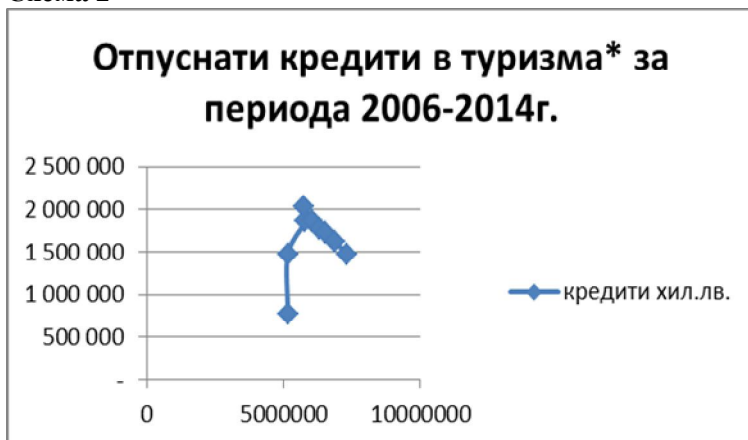


Забелязва се регресия в общият размер на отпуснатите кредити, като техния размер през 2014 г. дори е малко по-нисък от общата им сума за 2007 г. Тази негативна тенденция е очертана на фона на ежегодно нарастващия брой на туристите

⁴ Авторска разработка, в дисертационния труд схемите са представени под № 3 и 4., на стр. 59

посетили България, което прави диспропорцията още по-изявена⁵.

Схема 2



Освен от банкови институции *кредитите могат да бъдат под формата на търговски кредит между две фирми*, които са в делови, търговски отношения. В един от тези случаи уговореното се доставя на клиента на кредит, което той изплаща след определено време, ведно с начислените лихви. При друг вид търговски кредит производителят получава авансово средства от купувача, който се явява в ролята на кредитор.

В практиката са познати и други външни източници на финансиране:

⁵ Източници:

<http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni>,

http://old1.mec.government.bg/files/useruploads/files/turism_-_statistika_i_analizi/bg_tourism_figures_jan_dec_2011_balance_dec_2011_bg.pdf

http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_download/201504_s_ms_press_a1_bg.pdf

Капиталовите фондове за рискови инвестиции представляват отделни лица, които временно вземат дялови участия в дружества, които не са котираны на финансовите пазари. След положителен резултат от направената инвестиция средствата се изтеглят и се получава обезщетение чрез продажба на акции на компанията.

Бизнес ангелите са индивидуални инвеститори, които имат финансов капацитет и висока степен на компетентност в определени сектори. Те стимулират бизнес проекти чрез техния капитал, знания, и мениджърски умения и възможности.

Групово финансиране представлява колективното финансиране на бизнес проекти. То се извършва чрез малки индивидуални финансови вноски, като формира мрежа от инвеститори, които на свой ред финансират проекти изцяло чрез дарения.

Посочените източници на финансиране се ползват от туристически агенции в редица европейски страни – Испания, Германия, Австрия и др. *Финансирането чрез тези източници не е развито у нас.* Този факт донякъде е следствие от липсата на конкретика в нормативното му регулиране. Договори за такъв вид финансиране могат да се сключат по реда да Търговския закон или Закона за задълженията и договорите. При източници извън страната е необходимо да се съблюдават и изискванията на Наредба 27 на БНБ⁶ за разплащания между страните.

Основни източници на безвъзмездно финансиране от страна на държавата и Европейските фондове са оперативните и други специализирани програми. Възможности в тази област се предоставят също така и от чуждестранни донорски програми и фондации.

⁶ За повече подробности виж Наредба за изменение и допълнение на Наредба 27 от 2003 г. за статистиката на платежния баланс, издадена от БНБ, в сила от 01.01.2004 г., обн. Д.В.111 от 22.12.,2003 г.

В параграф трети на първа глава е представена значимостта на счетоводната информация за стопанското управление на туристическата агенция.

Счетоводството задоволява определени информационни потребности, породени от нуждите на стопанската практика. То се развива и усъвършенства в условията на постоянен растеж на икономиката, който поражда необходимостта от непрекъснато и устойчиво финансиране на бизнеса. Счетоводството като система създава информация, улесняваща процеса на финансиране на дейността. *Разглеждано в този аспект, счетоводството се явява инструмент за ефективно управление на финансите на предприятието.*

Изясняването на същността на осъществяването на счетоводството се определя от сложния характер на дейността в туристическите агенции. То отразява приходите и разходите, свързани с извършването от тях услуги; регистрирането на разчетните взаимоотношения с доставчици и клиенти; придобиването, ползването и поддръжката на активи, както и формирането и разпределението на финансовите резултати в туристическите агенции.

Приходите от дейността на туристическите агенции са от продажбата на туристически продукти и се отчитат като приходи от продажби на услуги и приходи от продажби на стоки.

Поради разнообразния състав и различната същност на извършваните услуги, информацията за приходите от тяхната продажба може да се диференцира по видове услуги според възприетата от агенцията счетоводна политика по отношение на отчитането на приходите.

Туроператорите, които продават туристически продукти от свое име и за своя сметка, отчитат като приход цялата сума от продажбите на туристическите продукти по кредита на сметка Приходи от продажби на услуги. В края на периода по дебита на сметката се отнасят разходите за дейността. В тях

преобладаващ дял заемат разходите за услугите, оказани на туристите от хотелите, но за сметка на туроператора. Останалата част от разходите за дейността са разходите за собствената дейност на туроператора.

Туроператорите и туристическите агенти – комисионери получават приходи от продажби на туристически продукти но за сметка на туроператорите-доверители. Приходи за тях са комисионите за продадените туристически продукти.

В определени случаи туристическите агенции коригират в посока намаление отчетен приход от продажби на туристически продукти. Най-често това се случва при анулиране на продажбата по искане на туристите или при неявяване на турист в хотела без предизвестие.

В зависимост от икономическата си еднородност разходите в туристическата агенция се обособяват в групи, познати като икономически елементи. Тази класификация отчита икономическите им същност и съдържание и има значение за разкриване на резерви от средства, необходими за производствено-обслужващия процес. Трябва да се отбележи съществуващата спецификата на състава на отделните елементи, който се определя от особеностите на дейността на туристическата агенция.

Разходите се обособяват в няколко групи според начина на включването им в себестойността на туристическия продукт, създаван от агенциите. Преките оперативни представляват разходи, които в момента на извършването им се отнасят за конкретна туристическа услуга. Непреките/косвени оперативни са разходите, извършвани предимно в маркетинговата и административна дейност. Те са свързани с цялостния производствен процес, като в момента на извършването им не може да се определи за коя конкретна услуга се отнасят.

В туристическата агенция себестойността отразява разходите, вложени в подготовката и организацията на определен вид туристически продукт или услуга и ресурсите, използвани в производствено-обслужващия процес.

Туристическите агенции, за разлика от останалите туристическите предприятия, ползват неголям брой дълготрайно активи, които нямат значителна стойност. Тази констатация е резултат от естеството на тяхната дейност. Единични са случаите, когато големи туристически агенции развиват туристически комплекси, които включват средства за настаняване и хранене.

Краткотрайните активи, ползвани в дейността на туристическите агенции са с незначителна стойност. В техния състав се включват основно канцеларски и рекламни материали. В последните години се забелязва тенденция за намаляване на материалните разходи за реклама и увеличаване на такива разходи под формата на услуги, оказвани от средствата за масова комуникация. Тази тенденция е следствие от все по-голямата достъпност и предлаганите възможности за разпространение на реклама чрез масмедииите.

Регистрацията на възникването и уреждането на разчетните взаимоотношения с доставчици и клиенти е една от основните задачи пред счетоводството на туристическата агенция. Основната част от тези разчети се отразява в счетоводните сметки за парични средства, които намират отражение в отчета за паричните потоци на предприятието, чрез който ръководството на туристическата агенция добива представа за възможностите да оперира с наличните парични средства, както за да разширява своята дейност, така и да погасява своите пасиви, и не на последно място - да осигурява възвращаемост на вложенията, направени от собствениците/акционерите.

ГЛАВА ВТОРА. Методологически въпроси на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане на туристическата агенция

Деятелността на икономическите субекти в сферата на туризма е насочена към увеличаване богатството на собствениците (акционерите) на фирмите. Основната цел на организацията на техния бизнес е постигането на постоянен икономически растеж при оптималното съчетаване на две взаимно свързани и по своята природа динамични величини: печалбата (положителен финансов резултат) и факторите, агрегирани в дейността. Предприятията реализират печалба когато пазарната стойност на туристическите продукти и услуги е по-голяма от пазарната стойност на използваните входящи трудови и материални ресурси.

Важна предпоставка за икономическото развитие на туризма е **правилната финансово-инвестиционна политика**, насочена към такова управление на ресурсите, което да балансира потребностите от капитали, рисковете от използването им и тяхната възвръщаемост. Както в редица други стопански сектори, така и в туризма, поради съществуването на специфичния и общия риск и потребността от капитали, които се възвръщат бавно, е необходима правилна финансово-инвестиционна стратегия на основата на научни анализи и прогнози.

Инвестициите в туристическата агенция са насочени към придобиване на материални, нематериални и финансови активи и са предпоставка за динамиката на икономическия растеж, за преориентирането на бизнеса в отговор на изменящите се условия на търсене, предлагане и конкуренция. Те „подпомагат адаптацията на компаниите към структурните изменения на националното стопанство с внедряването на екологично съобразени технологии, нови и подобрени туристически

продукти и услуги”.⁷ Ефективността на инвестиционната политика „се свързва с избора на такива **инвестиционни проекти**, които, реализирани в конкретната дейност, **водят до увеличаване на парични потоци** на туристическата фирма. Днешните инвестиции определят както заетостта, така и увеличаването на продуктите и услугите за бъдещото потребление”.⁸

Набирането на необходимото количество паричен капитал както и рационалното управление на финансите за целите на инвестиционния процес е основна задача на финансовия мениджмънт. В практиката финансовите и инвестиционните решения си взаимодействат и трябва да се приемат едновременно за да се реализират фирмените цели. По-доброто разбиране на тези проблеми изисква систематизиране на основните тезиси - на финансовия мениджмънт и инвестиционната политика като фундамент на управленската икономическа практика на туристическата агенция.

*Резултатите от дейността на туристическата агенция и нейната ефективност се оценява посредством **система от показатели***, които отразяват количествените и качествени характеристики на реализираните услуги и на производствено-обслужващия процес в туристическото предприятие. Те могат да се обединят в четири групи - обем на туристопотока; състояние и развитие на материалната база; финансово-икономически дейности, и оползотворяване труда на персонала.

Теоретичното познаване на структурата на стопанските средства, капиталите, задълженията, приходите, разходите, както и на принципите на рационалното разпределяне на относителния им дял в конкретната дейност, има важно значение за осигуряването, управлението и контрола на финансовите средства на туристическата агенция.

⁷ Шлехт, О. Основи и перспективи на пазарното стопанство. София., 1997. с.92.

⁸ Рашкова, Г., Финанси и туризъм, Авангард прима, София, 2011, с.95.

Практическото осъществяване на тези дейности се осъществява чрез **финансов план**. Той дава прогноза за постъпленията и плащанията в съответна година по месеци. Във финансовия план се фокусират всички дейности на отделите на туристическите фирми под общия знаменател на икономическата ефективност. Като елемент на бизнес-плана на туристическите агенции финансовата програма подпомага реализирането на успешната им дейност в нейните основни характеристики - мениджмънт, продукти и услуги, пазари и клиенти, финансова осигуреност; т.е. тя е инструмент за реализиране на планиращата, координиращата и контролната функция на управлението.

Финансовото планиране в туристическите агенции е процес на определяне на финансовите им потребности в бъдеще.

Финансовите потребности на фирмата се изчисляват чрез отчитане на различните задължения на предприятието, като лихви по заеми, задължения към доставчиците на стоки и услуги и други финансови ангажименти.

В зависимост от периода, за който се определят финансовите потребности на туристическото предприятие, финансовото планиране може да се определи като *дългосрочно (стратегическо) планиране* и *краткосрочно (тактическо) планиране*.

Дългосрочното финансово планиране е свързано с решения за инвестиране и съответното им финансиране, отнасящи се за по-продължителен период от време, обикновено по-дълъг от една година. Тези решения засягат инвестиционната политика на фирмата (капиталовото бюджетиране), капиталовата й структура и дивидентната й политика.

Краткосрочното финансово планиране се отнася за текущите активи и пасиви, т.е. какви парични средства за текущата дейност са необходими, какви запаси от стоки и услуги и от какви източници ще се финансира тези активи.

В теорията са познати *три основни метода за финансово планиране*, отразяващи в различна светлина финансовите

потребности на предприятието - *метод процент от продажбите; метод на паричния оборот и метод на паричния бюджет.*

Бюджетът следва да започва с цялостно подробно изложение, обясняващо правния статут на агенцията, източниците за увеличение или за нови приходи и начините за контрол върху разходите.

Бюджетът посочва основните източници на приходи и разходи (по вид и като абсолютни суми) и показва пътя за достигане на тези стойностни параметри. Той помага на мениджмънта за постигане на ефективно управление на туристическата агенция, като обяснява възникването на приходите и разходите на предприятието.

В бюджета следва да се посочат всички източници на възможни постъпления. Анализът на краткотрайните средствата и техните източници посочва начините, по които ще бъдат ползвани паричните средства.

Бюджетни разходи са обособени в отделни елементи, които изискват определен размер парични средства или указват срочни парични задължения.

Сравнителният бюджетен отчет е основата за сравнение на миналогодишния с отчета за текущата година. Той посочва областите в които има вариации в приходите и разходите. Ползата от сравняване по определени статии на бюджета се изразява във възможността за определяне на това какво е било направено по по-удачен начин през текущата година в сравнение с предходната.

Бюджетът трябва да притежава способността да подсказва необходимостта от бързи промени в съответствие с икономическата конюнктура на пазара.

*При представянето на същността на бюджета трябва да се отбележи, че той може да се състави на две бази – **текущо начисляване и касова основа**. За да се изпълни изискването за пълнота на бюджета във всички аспекти, посочените принципи не трябва да влизат в противоречие помежду си, напротив - те*

следва да се допълват взаимно. Следователно, **при бюджетирането (финансовото планиране)** се очертават две самостоятелни линии – **приходно-разходната**, която се свързва с определянето на финансовия резултати и **паричната**, представлява генерираните парични потоци от предприятието. ***Различията между двете произтичат от принципа на текущото начисляване***, който свързва в едно активи, пасиви, приходи и разходи, от една страна, с паричните постъпления и плащания от друга.

Особено внимание следва да се отдели на техниките, предположенията и основни проблеми при подготовката на паричните бюджети на туристическата агенция. В практиката са познати ***две основни техники за подготовка на бюджета***. Първата може да се нарече *техника отгоре надолу*. Тя представлява система за подготовка на бюджета, при която мениджмънта на агенцията подготвя пълния бюджет на предприятието и функционалните бюджети се предоставят на подчинените мениджъри, като оперативни планове с набелязани цели за следващата година. *Техниката отдолу нагоре* е система за подготовка на бюджета, при която проектните функционални бюджети се подготвят от подчинените мениджъри и се предоставят за одобрение и оторизация на ръководството на предприятието.

Предположенията за съставяне на бюджета се основават на аксиомата, че процесът на подготовка на бюджета е базиран на дългосрочните цели, поставени от управлението на предприятието, както и на общото мнение за настоящото икономическо състояние и на търсенето на пазари.

Основните проблеми при подготовката на бюджета се градят на факта, че в доста ограничени случаи туристическата агенция има окончателен списък на предстоящите поръчки ведно с договорените цени по тях, което затруднява правенето на точни прогнози на бъдещите продажби.

За разработване на бюджета за продажбите, агенциите често определят своите продажни цени за следващата година

чрез умножаване на сумата на приходите от продажбите на текущата година по определен процент на нарастване (приемайки, че обемът от продажбите и/или цените ще се повишават равномерно).

При прогнозите за разходите трябва да се вземе предвид прогнозната инфлация, тъй като сумата на разноските може да повиши очакваните резултати при нарастване на цените. Поради това, когато се определят позициите на основните разходи, е необходима разумно точна прогноза на очаквания размер на инфлация.

Допусканите грешки от мениджърите при подготовката на прогнозата обичайно се свързват с надценяване на очакваните разноските, като в бюджета се залагат неразумно високи или ненужни разходи.

Конкуренцията между организационните единици също е предпоставка за увеличаване на планираните разноски, свързани с презастраховане срещу евентуални бъдещи съкращения на разходите.

Процесът на текущо вземане на решения е труден, защото *оперативната информация може да не е пълна по обем и да няма очакваното качество поради различни причини.*

Когато целите са поставени и бюджетният план е подготвен, той може да се използва за контролиране на дейността, като ръководство (мярка) за откриване и оценка на евентуален спад в дейността на туристическата агенция.

Туристическите агенции следва да *съставят **прогнозни бюджети** за продажбите* на предлаганите от тях програми, като в следствие правят проверки на тези данни, като ги сравняват с реалните резултати. *Основната информация за сравнение идва от данните, получени в процеса на обработка на резервациите.*

Когато се приеме, че прогнозите са реалистични и окончателни, е необходимо ***да се остойностят туристическите пакети.*** като се заложат позициите/статите на калкулацията, без да се вписват реални цени.

Калкулирането на разходите определя цената на услугата. Калкулацията обхваща всички разходи, които ще бъдат направени за осъществяване на дадено туристическо пътуване. Сумирането на тези разходи и тяхното изчисление за един турист определя себестойността на туристическия пакет. С прибавянето към нея на обичайния комисионна за туроператора и за дистрибутора, както и на регламентираните данъчни ставки се получава стойността на туристическия пакет, въз основа на която се получава неговата цена.⁹

Следващ етап е остойностяването на предлагания продукт, което може да се извърши по различни методи. Туристическите пакети, в които е заложен въздушен транспорт трябва да бъдат остойностени с предположението, че не всички места на полетите ще бъдат продадени.

Мерките за контролиране на изпълнението на бюджета се изразяват в координация и одобряване в рамките на цялата организация, чрез плана на работодателя; ангажиране на персонала при правенето на оценки за бъдещето състояние, което мотивира постигането на най-добри резултати; споделяне на целите и политиките на предприятието с лицата отговорни за определена част от бюджетния план; установяване на мониторинг чрез система за контрол на базата на сравнението между действителните и планирани резултати.

Дейността на туристическата агенция е свързана с различни рискове. Те са многобройни, като често един риск води до друг. Факторите, причиняващи риск, могат да бъдат международни (промени в обменните курсове, политически смутове и т.н.), национални (репесия, инфлация/ дефлация, демографски промени и т.н.), отраслови (конкуренция, технологии, наличие на ресурс и т.н.), както и свързани със самата фирма (съдебни процеси, стачки и т.н.).

⁹ Рибов, М, и колектив, Туроператорска, агентска и транспортна дейност, София, Тракия-М, 2009, стр.17.

На тази основа могат да се обособят две основни групи – общи или системни и специфични или фирмени рискове.

Общите (системни) рискове са характерни за целия пазар или за специфичен пазарен сегмент. Познати са още като недиверсифицируем риск, пазарен риск, неконтролируем риск и неизбежен риск. Източници на систематичния риск могат да са колебания в лихвените проценти, рецесия, инфлация, войни. Всички те влияят на целия пазар и не могат да бъдат избегнати чрез диверсификация на риска, тъй като подобни промени в пазарните условия засягат различни сегменти по различно време.

Общите (системни) рискове са рискове, които се отнасят до всички стопански субекти в страната и са резултат от външни фактори, върху които туристическото предприятие и в частност туристическата агенция не може да оказва влияние.

Направената класификация и коментар на този вид рискове се изразява в следното:

Неблагоприятни промени в данъчните и други закони. Към настоящият момент няма информация за предстоящи промени в законодателството, засягащи дейността на туристическите агенции, които да доведат до значителни непредвидени разходи и съответно да се отразят неблагоприятно на финансовите им резултати.

Риск от забавен икономически растеж. Считаме, че полаганите от изпълнителната власт усилия за преструктуриране на икономиката на страната, повишаване на нейната конкурентноспособност, както и осигуряването на условия за нови инвестиции създават предпоставки за икономически растеж в средносрочен план.

Кредитен риск. Най-важният ефект от подобряването на кредитния рейтинг на страната се състои в понижаване на рисковите премии по заемите, което при равни други условия, води до благоприятни лихвени равнища. Поради тази причина потенциалното повишаване на кредитния рейтинг на страната би имало благоприятно влияние върху дейността на туристическите агенции, по-специално върху възможностите за външно финансиране.

Валутен риск. Туристическите агенции следва да контролират този вид риск като осигуряват входящи парични потоци, деноминирани в единната европейска валута или в български лева, така че да кореспондират на разходите на дружеството, които в основната си част са в евро или в лева.

Инфлационен риск. Към настоящият момент и като цяло механизмът на валутен борд осигурява гаранции, че инфлацията в страната ще остане под контрол и няма да има неблагоприятно влияние върху икономиката на страната, в частност върху дейността на туристическите агенции.

Политически риск. Политическите рискове са свързани с възможността от възникване на вътрешнополитически сътресения и неблагоприятна промяна в стопанското законодателство. Законодателната политика на Народното събрание е насочена към максимално хармонизиране на българското законодателство с директивите на ЕС.

Други системни рискове.

Други рискове, породени от световната политическа и икономическа конюнктура, са възможната нестабилност или военни действия в региона. Бедствията и аварията са фактори, усложняващи всяка система за управление на рисковете. Последствията са трудно предвидими, но достъпът до информация и прилагането на система за прогнозиране и действия в екстремни ситуации са възможни начини за минимизиране на отрицателния ефект.

Рисковете при туроператорската и туристическата агентска дейност (секторни рискове) са специфични рискове за отделно предприятие или индустрия, които са присъщи за всяка инвестиция. Секторните рискове се свързват преди всичко с отражението върху възможността за реализиране на доходи в рамките на отрасъла, на технологичните промени или измененията в специфичната за сектора нормативна база.

Регулационен риск. По отношение на туристическия сектор основният регулационен риск за туристическите агенции е свързан с лицензионния режим за осъществяване на дейност.

Риск от неблагоприятна конюнктура на българския

туристически пазар. Туристическите агенции се стремят ежегодно да включват нови дестинации и да разнообразяват предлаганите почивки в установени вече страни с цел задържане на лоялните към компанията клиенти и привличане на нови туристи.

Рисковете, специфични за отделните туристически агенции (фирмени рискове) произлизат от естеството на дейността на туристическите агенции, като от първостепенна важност е възвръщаемостта от вложените средства и ресурси да съответства на риска, свързан с инвестициите.

Основният фирмен риск за туристическите агенции е свързан с невъзможността да се реализират туристически услуги, в обеми гарантиращи нормалното функциониране на компанията, в това число покриване на предплатените от тях туристически пакети и осигуряване търсеното ниво на рентабилност. Сред факторите, определящи гореописания риск са всички характерни за сектора (описани по-горе) заедно със специфичните за самата агенция.

Бизнес (оперативният) рискът се свежда до риск от загуби или неочаквани разходи, свързани с дейността на туристическите агенции, проблеми в текущия контрол и следенето на своевременното и качествено изпълнение на предоставяните услуги, управлението на продажбите и следене получаването на дължимите плащания .

Финансовият риск до голяма степен произтича от наличието на привлечен капитал в капиталовата структура на дружеството. Рискът се изразява в евентуалните затруднения по посрещане на плащанията по дълга (главници и лихви), които дружеството би могло да има при небалансирана капиталова структура, съчетана с неблагоприятна конюнктура. Необходимо е да се потърси баланс между ползите от нарастване дела на привлечения капитал, изразяващи се в нарастване възвръщаемостта на капитала на собствениците/акционерите и риска от ликвидна криза и неплатежоспособност.

Лихвен риск. Препоръчително е туристическите агенции да ползват дългосрочни и краткосрочни банкови заеми, по които дължат лихви, които да са определени на базата на плаващ процент, гарантиращ пазарна цена на финансиране.

Ликвиден риск. За избягване на този вид риск е препоръчително туристическите агенции да установят, доколкото е възможно, практика за авансово плащане на резервираните туристически пакети от страна на клиентите и контрагентите - туроператори, в комбинация с добри практики при управлението на входящите и изходящи парични потоци.

Рискът, свързан с осъществяването на дейност, различна от основната е един от основните рискове за туристическите агенции е свързан с построяването и управлението на хотелски комплекс и апартаменти. В тази връзка всяка подобна инвестиция следва да се извърши след внимателна оценка на потенциала на проекта на фона на съществуващата пазарна конюнктура.

Напускане на ключови служители. Това е рискът при който дейността на туристическите агенции може да бъде застрашена при напускане на служител или партньор от ключово значение п със специфична квалификация, за когото е трудно или невъзможно да се намери заместник в разумен срок и при разумни финансови условия.

Форсмажорни обстоятелства. По отношение на основната дейност на туристическите агенции опасността от значимо влияние на непредвидими събития може да бъде ограничена от диверсификацията на страните, за които те организират почивки и екскурзии.

Счетоводното отразяване на процесите, протичащи в туристическите агенции, е обусловено от спецификата на дейността им. От една страна то трябва да отразява отделните операции, които извършват служителите на агенцията. От друга страна счетоводното отразяване следва да повиши рационалността, ефикасността и ефективността на производствения процес в агенцията.

Постигането на тези цели може се осъществи чрез операционализиране на процесите. Това става когато дейността на агенцията, която може да се определи като

основен процес, се декомпозира на подпроцеси, Те се подлагат на задълбочен анализ, който включва показатели на процесите и техните входни и изходни елементи, връзките между тях, възможностите за отпадане на някои от подпроцесите или тяхното сливане, След това всеки един от подпроцесите се декомпозира на съставлящите го операции. Те също се изследват по отношение на тяхната последователност и възможностите за отпадането на някои операции или тяхното окрупняване.

Декомпозирането на процеса на отделни операции е последвано от тяхното алгоритмизиране, с което се подобрява организацията на извършване на отделни операции.

Най-общо алгоритъмът може да се разглежда като предписание за изпълнение в определена последователност на елементарни операции, чието описание е разбираемо и не довежда до двусмисленост.

От една страна за алгоритъма е характерна неговата еднозначност. Редът на изпълнение на операциите е ясно определен.

От друга страна той е приложим в много случаи, което характеризира и високата му резултатност. Чрез използването му могат нагледно да се представят в последователност операциите в даден процес и да се получи детайлно представяне на протичането им.¹⁰

Направената характеристика на организацията на обслужването очертава, че основен обект на отчитане в туристическите агенции са преди всичко разходите по обслужването и възникналите по този повод взаимоотношения с предприятията при предоставянето на услуги на туристи.

По отношение на тези обекти счетоводната отчетност изпълнява следните по-значими задачи - осигуряване на информация за съставянето на финансовия план и осъществяване на контрол за неговото изпълнение; осигуряване на информация за възможностите за оказване на туристически

¹⁰ По въпроса за алгоритмизацията в туризма виж Рибов. М., Управление на конкурентноспособността в туризма, София, Тракия-М, 2003, стр.408.

услуги по вид, обем и време; осигуряване на информация за осъществяването на контрол върху обема, вида и качеството на оказваните услуги от съответните подразделения и звена; осигуряване на информация за установяването и своевременното уреждане на рекламациите във връзка с обслужването на туристите; осигуряване на информация за установяването и своевременното уреждане на сметните взаимоотношения с предприятието, а така също и с чуждестранните туроператори; осигуряване на информация за упражняване на контрол върху дейността на подотчетните лица (екскурзоводи и др.), по отношение на валутните средства и операции и др.

Подобряването на качеството на счетоводното отразяване на дейността на туристическата агенция, според нас, е свързано с по-доброто онагледяване на протичащите стопански процеси.

Прилагането на метода на моделиране под формата на алгоритми определено ще подобри организацията и методологията на счетоводното отчитане в туристическата агенция.

Посочените обекти на отчитане и счетоводните операции за тяхното отразяване са представени в седем алгоритмични схеми.

Първата от тях илюстрира операциите с ваучери. Това е основният документ, който ползват в дейността си туристическите агенции. Той се издава за вътрешен, входящ и изходящ туризъм само от регистриран туроператор. Предоставя се на туриста непосредствено преди ползване на основна и/или допълнителна туристическа услуга или след сключване на договор за предоставянето ѝ.

Втората представя стопанските операции, свързани с неустойки и рекламации. Неустойките са свързани с извършените разходи по посрещането на непристигнали туристи, съгласно графици и резервациите. Те могат да бъдат както по вина на фирмата, която осигурява контингентната

група туристи, така и по вина на приемащия туроператор, който не е направил промяната или анулацията от фирмата, съгласно сключения договор. *Рекламациите* са по повод некачествени услуги или по повод на по-малко оказани услуги от заплатените съгласно ваучера. Неустойките и рекламациите се документират с протоколи, подписани от заинтересованите страни.

За онагледяване на операциите, свързани с допълнителни туристически услуги са изготвени трета и четвърта схема. Третата схема отразява екскурзиите, разгледани като част от допълнителните туристически услуги, а четвърта схема показва осъществяването на другите мерпорядъци, също част от допълнителните туристически услуги, предлагани от агенцията. Допълнителни туристически услуги са услуги, предоставяни във връзка с пътувания, развлечения, прояви и други събития с културен и опознавателен характер, конгресни и делови прояви (организиране на срещи, конференции, семинари, обучения, презентации и други корпоративни събития), спортно-анимационни и водноатракционни услуги, здравни, спа и уелнес услуги, ползване на въжени линии, отдаване под наем на плажни съоръжения, ски екипировка, превозни средства и на плавателни средства за спорт, туризъм и развлечения, услуги, предоставяни от школи и клубове по танци, езда, ветроходство и други водни спортове, услуги, предоставяни от ски училища, и други услуги, предлагани и потребявани от туристите по време на тяхното пътуване и престой.

Петата схема илюстрира продажба на различни стоки от туристическата агенция.

В туристическата агенция може се организира *обмяна на валута* от специално обособени бюра, които се помещават в хотелите, граничните пунктове и селищата, където има оживен поток от туристи. *Стопанските операции по покупко-продажба на валута са представени в шеста схема.*

Счетоводното отразяване на покупката и продажба на самолетни билети е показано в седма схема. Посочени са особеностите при такива операции в зависимост от това дали

туристическата агенция има или няма сключен договор за продажба с авиокомпания.

Като самостоятелен стопански субект туристическата агенция осъществява своята дейност в условията на парично-стокови отношения. Във всеки един момент в него възникват разнообразни стопански операции. Голяма част от тези операции са свързани с транзакции на парични средства.

Ръководството на туристическата агенция следва да анализира паричните потоци. То трябва да има ясна представа за възможностите да оперира с наличните парични средства, както за да разширява своята дейност, така и да погасява своите задължения, и не на последно място - да осигурява възвращаемост на вложенията, направени от собствениците и акционерите.

В тази връзка е направена *подробна примерна схема за генерираните парични потоци и за тяхното представяне в отчет за паричните потоци в туристическата агенция.*

ГЛАВА ТРЕТА. Приложни въпроси на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическата агенция.

В параграф първи на трета глава е направен анализ на финансовото осигуряване на туристическата агенция. На тази основа са формулирани насоки за подобряване методиката на финансово осигуряване на агенциите у нас.

Изследването е извършено в две основни направления:

Критично е разгледана съществуващата практика при финансиране от банкови институции на дейността на туристическа агенция.

Очертани са проблеми и са предложени изводи и препоръки за подобряване на съществуващите практики за финансиране на дейността от гледна точка на туристическата агенция.

Осигуряването на външни източници на финансиране е условие за поддържане и разрастване на дейността на туристическата агенция. В тази връзка е разгледан процеса по получаване, усвояване и връщане на външно финансиране. С оглед на постигане на максимален обхват на изследването проблематиката е представена в три основни насоки:

Изследване на практическите проблеми при отпускане на финансиране от финансово-кредитни институции на туристически агенции.

Разгледани са факторите, които влияят на туристическите агенции при подготовка на искане за предоставяне на кредит, последващото обслужване на поетият ангажимент и погасяване на задължението към банките.

Представени са проблеми, които имат пряко отношение към съдържанието на отчетната информация, която представлява основен източник на данни за изготвяне на обосновка при ползване на заемаен капитал и анализ на икономическия ефект за от получено външно финансиране.

Следвайки тази насока в дисертационния труд са представени:

Анализ и оценка на съществуващите практики, свързани с финансирането на дейността на туристическите агенции в България;

Изводи и препоръки към участниците в процеса на външно финансиране – банкови институции и туристически агенции;

Насоки за подобряване и усъвършенстване на взаимоотношенията между страните в процеса на външно финансиране на дейността на туристически агенции в страната.

За установяване на възможните проблеми, произтичащи от финансирането на дейността на туристическите агенции от банкови институции е проведено емпирично изследване в две банкови институции.

Основният изследователски метод на проведеното изследване е експертното интервю.

Анализът на получените резултати от анкетното проучване включва изводи и препоръки относно подобряване достъпността до външно финансиране от страна на банкови институции, представящи заемаем капитал на туристически агенции, които могат да се обобщят по следния начин:

Не всички търговски банки у нас се наемат с предоставяне на финансиране на туристически агенции. Банкови институции с по-малък пазарен дял се ограничават в бизнес отношенията си с предприятия от туристическия сектор, който е основен за българската икономика.

Отпускането на финансиране на туристически агенции от банковите институции е свързано с подбор на кредитополучателите. Предпочитанията на банките за отпускане на кредити са насочени към средни и големи предприятия, вкл. туристически агенции. Основен фактор за формиране на такова отношение е изискването за предоставяне на обезпечение при получаване на заем.

При новосъздадените туристически агенции липсата на история на съществуването им може да се превърне в препятствие за получаване на външно финансиране от банкова институция.

Съществува известна предпазливост и презастраховане у някои банкови институции при финансиране на туристически агенции. Причина за това са скорошните фалити на някои големи туристически агенции както у нас, така и в чужбина. Съществува и определено притеснение във финансово-кредитните институции за изпадане на някои туристически агенции в положението на свръхкредитирани предприятия.

Подобна резервираност от страна на банковите институции може да се преодолее чрез изследвания и анализ на специфичната ниша от пазара, която заемат туристическите агенции.

Анализът на ползването на финансиране в дейността на туристическите агенции е извършен чрез проведено изследване на базата на анкети в девет туристически агенции. Изследваните туристически агенции са подбрани така, че да може да се разгледа процеса на финансиране на дейността им в зависимост от тяхното пазарно присъствие. Това разделение е на база обявените във финансовите им отчети нетни приходи от продажби е последните две финансови години. Въз основа на този критерий са подбрани три туристически агенции, които са с нетни приходи от продажби над 3000 хил.лв., три с нетни приходи от продажби в диапазона от 300 хил.лв. до 3000 хил.лв., и три с нетни приходи от продажби под 300 хил.лв..

Всяка анкета се състои от 8 въпроса, на някои от които е предвидено да се дадат по няколко отговора (общо 16), засягащи вариантите за ползване на вътрешно и външно финансиране; съставянето и ролята на финансовия план, както като доказателство за необходимостта за ползване на външно финансиране, така и за представяне на обективните възможности за обслужване на кредит; оценка за някои действия, които се предприемат за поддържане на платежоспособност. За целите на оценяването се използва 4-бална система, като 3 е най-високата оценка, а 0 – най-ниската.

В дисертационният труд резултатите от изследването са представени в 24 схеми и 9 таблици, където са посочени

стойностите от отговорите на интервюираните туристически агенции.

В следствие от направените анализ и оценка на анкетните резултати са формулирани **насоки за подобряване и усъвършенстване на съществуващите практики при финансиране дейността на туристическата агенция.**

При формулирането на насоките за подобряване и усъвършенстване на финансирането на дейността на туристически агенции *се определят няколко групи от отделни аспекти на процеса.* По този начин се създава възможността, от една страна, детайлно да бъдат обхванати отделните проблеми при финансирането, а от друга – се намира връзката между тях, доколкото последното е възможно, с цел постигане на комплексното им разрешаване.

Насоките за подобряване и усъвършенстване на финансирането на дейността на туристически агенции могат да бъдат обединени в следните три направления:

Оптимизиране на взаимоотношенията и връзките между туристическите агенции и банковите институции в процеса на финансиране на дейността от външни източници. Този процес следва да бъде подчинен на принципа на взаимната изгода между страните.

Подобряване на механизмите на вътрешно финансиране на дейността на туристическите агенции. Основните въпроси в тази област са свързани с рационалното и разумно ползване на източниците на парични средства.

Административно-стопански въпроси, свързани с процедури и действия по съставяне на реален финансов план, както и ефективно управление на отделни аспекти от дейността на туристическите агенции.

Конкретните насоки се изразяват в следното:

Резултатите от проведените анкетни проучвания посочват недвусмислено, че кредитирането от търговски банки е най-предпочитаната и сравнително достъпна форма на външно

кредитиране. Съществува нагласа банковите институции да отпускат кредити на средни и големи агенции според критерия, който представихме по-горе. Тази тенденция, според нас води до неравнопоставеност в сферата на конкурентоспособността между туристическите агенции. Последната се явява в пряка зависимост от големината им, което води до дисбаланс в равнопоставеността на отделните субекти – туристически агенции на пазара. Така очертания проблем следва да се преодолее с известна промяна на политиката на търговските банки в областта на кредитирането.

Като следствие от изложеното по-горе е нашата препоръка за разширяване на обхвата на предлаганите обезпечения от страна на туристическите агенции при искане на кредит, като оценката от страна на банките да се основава на спецификата на дейността на агенциите.

Друг основен проблем, с който се сблъскват новосъздадените туристически агенции е невъзможността да докажат устойчивост на развитие в случай, че искат да получат външно финансиране непосредствено след учредяването им.

В заключение на изложеното по-горе нашата препоръка се изразява в това да се оптимизират програмите за кредитиране на новосъздадените стопански субекти, включително на туристическите агенции.

Към искането за предоставяне на кредит туристическите агенции е необходимо да предоставят на банковите институции значителен брой документи.

Нашата препоръка се свежда до предложение към банковите институции да оптимизират, по тяхна преценка, набора от документи, които се изискват при приемане на искане за получаване на кредит.

Историята на кредитното финансиране показва, че в отделни случаи се стига до свръхкредитиране на туристически агенции. Допускането на тази тенденция може да доведе до декапитализиране и изпадане в несъстоятелност на агенциите. При такива случаи въввлечени в спиралата на последващи

неблагоприятни събития се оказват и кредитора и кредитополучателя.

С цел ограничаването на подобни събития нашата препоръка се отнася и за банките и за туристическите агенции. При наличието на неблагоприятни данни от анализа на финансовото състояние е необходимо е да се предприемат възможно най-бързо мерки за подобряването му. Това няма да се получи без координация и сътрудничество между мениджмънта на туристическата агенция и отделите на банката, които следят за надеждността на кредитополучателя и правят оценка на риска.

Финансирането на програми на ЕС е приложимо в ограничена степен при туристическите агенции.

Препоръката ни е насочена към собствениците и управляващите туристическите агенции, които да проучат детайлно програмите за кандидатстване по ОП на ЕС, което ще осигури ресурс и административна помощ на туристическите агенции.

Вътрешното финансиране на туристическите агенции е предпочитане форма на подsigуряване на ресурси за дейността на туристическите агенции. Този вид финансиране поражда увереност в управлението и в собствениците, че туристическите агенции имат възможност да извършват своята дейност със собствени средства, дотолкова доколкото външното финансиране се свързва с известна загуба на контрол върху предприятието.

Нашата препоръка при ползването на вътрешните източници на финансиране се изразява в това те да се ползват, като се съблюдава и балансира необходимостта от инвестиции, интересът на собствениците/акционерите от получаване на дивиденди и поддържането на платежоспособността на туристическите агенции.

Изготвянето на финансов план изисква съчетаването на двете бази за съставянето му – текущо начисляване и паричен

поток с цел постигане на обективност и пълнота във всичките му аспекти.

На основата на изложените аргументи и констатации нашата препоръка към туристическите агенции е те да положат усилия за внедряване на информационна връзка между резервационната и счетоводна система която ползват. Според нас, вложените средства ще се отплатят чрез информационните потоци, които ще позволят постигане на навременни, обективни и точни данни за анализ и планиране на дейността на агенциите.

При големите туристически агенции се забелязва тенденция за разширяване на дейността извън периметъра на туроператорската и агентска дейност.

При разширяване на сферата на дейност на туристическите агенции е необходимо те да създадат условия за оптимална диверсификация на задачите и отговорностите на мениджмънта. Тази цел не може да бъде постигната без наличието на ясно формулирана и обективно провеждана инвестиционна политика на туристическата агенция, която да бъде прилагана систематично и гъвкаво.

Във вторият параграф на глава трета е направен анализ и са формулирани конкретни насоки за подобряване на счетоводното отразяване на определени процеси, свързани с дейността на туристическата агенция. На тази основа са предложени промени в нормативната уредба, регулираща дейността на туристическата агенция

Естествено следствие от характера на дейността на туристическите предприятия е ползването от персонала на служебни командировки в страната и в чужбина. Размерът на полагащите се дневните пари за командировки се определя от Ръководството на туристическото предприятие чрез вътрешен акт – заповед за командировка. Той може да бъде по-голям от нормативно установените лимити. Превишението се облага с данък.

Установи се, че до момента не е предложена счетоводна сметка, която да отразява начислението на превишения на дневни пари за командировки в сравнение с данъчно установените лимити с цел облагането им с данъци върху доходите на физическите лица.

Липсата на информация за формиране на общата сума на начислените превишения на дневни пари за командировки в сравнение с данъчно установените лимити от персонала или съдружниците води до неясна информация във фиша за възнаграждение на конкретното физическо лице. Не е видно от какъв източник произлиза допълнителната сума на данъка върху дохода, начислен като удържака във фиша за формиране на възнаграждението. Не се дава информация за размера на този допълнително облагаем доход (като данъчна основа).

Предложението ни е да се създаде **сметка Разчети с персонала по чл. 24 на ЗДДФЛ**.

Сметката ще се дебитира при начисляване превишенията на дневни пари за командировки в сравнение с данъчно установените лимити от персонала или съдружниците

Сметката ще се кредитира със същата сума на превишението за намаляване общия размер на възнаграждението.

За всяко конкретно разчетно отношение към лице от персонала или съдружник следва да се заведе аналитично отчитане.

Туристическите агенции в България използват предимно универсални счетоводни програми, докато в повечето развити държави туристическите предприятия работят със специализирани софтуери за счетоводна обработка на туристическата дейност.

За да се постигне съответствие на отчетността в туристическата агенция с действително направените резервации е необходимо счетоводната и резервационна система да бъдат съпоставими и да позволяват информационен обмен.

Многобройните варианти на резервации, които предлагат туристическите агенции, правят проследяването на вариациите от първоначални момент на резервация до окончателния ѝ вид трудоемко от счетоводна и от данъчна гледна точка. *Основните проблеми тук са свързани с отчитането на разчетите по ЗДДС, постановени с промените в разпоредбите на Закона, които влязоха в сила от 01.01.2012г..*

В случаите, когато даден клиент – юридическо лице, което желае да направи служебно мероприятие, обичайно то възлага на туроператор да направи пакет основни туристически услуги, включващ настаняване, хранене и други услуги (ползване на база за рехабилитация, басейн и др.).

В този случай по веригата се „губи“ данъчен кредит по разчетите до крайния клиент. За да бъде избегнато това последствие туроператорите действат масово като туристически агенти - те издават фактура само за стойността на своето посредничество, при което те начисляват ДДС върху цялата данъчна основа. Така клиента, също регистриран по ЗДДС, ще има възможност да получи данъчен кредит в пълния му размер.

В други случаи туроператор, регистриран по ЗДДС продава контингент в хотел както на други, регистрирани по ЗДДС туроператори, така и на физически лица.

Когато той издава фактури на тези две страни, за частта на продажбите към другите туроператори той начислява ДДС в пълен размер, но за продажбите на физически лица – само върху маржа в цените. Съществува и друг проблем при тази практика. В дневникът за покупки данъчния кредит следва да се признае по реда и в размера, описан по-горе. Дори и туроператора да притежава справки, той не би могъл да коригира своя данъчен кредит в съответствие с посочените фактически обстоятелствата. Това е така, защото *ЗДДС не регламентира как би следвало да се представи различен размер на данъчен кредит в сравнение с този, посочен в данъчен документ, издаден от друго лице* (фактурата на хотелиера е с един размер на ДДС,

докато в дневника за покупките на туроператора сумата на данъчния кредит ще е друга).

При документирането на туристически услуги на физически лица се издават фактури, които нямат отделен ред за начисления ДДС. Разбира се, че в сумата на документа е с включен ДДС, въпреки че той не е упоменат в документа. *Неправилното отразяване увеличава обема на облагаемите сделки, а всъщност в техния състав има такива, които са с вече включен данък в стойността им. Трябва да се отбележи, че този въпрос също не е правно регламентиран.*

По повод осъществените *вътреобщностни придобивания*, регистрирано по ЗДДС лице, получател по доставката, издава протокол съгласно чл. 117 от ЗДДС. Разгледахме постановките на Закона относно случаите, когато данъчно задължено лице следва да издаде протокол, както и изискванията към неговото съдържание. Спазването на този механизъм за облагане изисква регистрираното по ЗДДС лице не само да си „самоначисли“ ДДС чрез издаване на протокол съгласно чл.117 от ЗДДС, но и да включи този документ в дневник продажби и в дневник продажби за периода, в който данъкът е станал изискуем.

Според нас е необходимо към кореспонденциите на счетоводните сметки за отчитане на ДДС за покупките и ДДС за продажбите да се добави и още една, свързана с осчетоводяването на Протоколите, издавани за целите на ЗДДС.

*Предлагаме счетоводната сметка да носи името **Разчети по начислен ДДС при издаване на протоколи**. Сметката е разчетна, като тя няма да има характер на балансова, тъй като не е допустимо такава сметка са остава със салдо след осчетоводяването на всеки отделен протокол.*

IV. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Открити са особеностите на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическата агенция.

2. Определена са критериите, показателите и методите за анализ и оценка на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическата агенция.

3. Систематизирани са източниците на финансовото осигуряване и методиките на счетоводното отчитане в туристическата агенция;

4. Очертани са основните проблеми на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане на туристическите агенции.

5. Разработен е модел на счетоводно отчитане в туристическата агенция, прилагането на който създава условия за повишаване ефективността на туроператорската и туристическата агентска дейност. Предложени са счетоводни сметки, които подобряват аналитичността на счетоводната информация, създавана в туристическата агенция.

6. Определени са насоките за подобряване на качеството на финансовото осигуряване и счетоводното отчитане в туристическите агенции в Република България. Предложени са полезни за практиката промени в нормативната уредба, регулиращи дейността на туристическата агенция.

V. СПИСЪК С ПУБЛИКАЦИИТЕ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Учебници:

1. Хаджикотев, В., Станкова, М., Счетоводно-информационно осигуряване на туристическата агенция, учебник, Авангард, София, 2007

Наръчници:

2. Хаджикотев, В., Душанов, Ив., Орешкова, Х., Орешаров, Н., Стандартизиране в счетоводството, Икономика прес, София, 2009.

3. Хаджикотев, В., Душанов, Ив., Орешкова, Х., Орешаров, Н., Примерен индивидуален план на стопанското предприятие, Второ преработено издание, Ромина, София, 2010.

Статии:

4. Hadzhikotev, V., Cash flow statement – tool for efficient management of the financial situation of the enterprise, Romanian Economic and Business Review, Special Issue 1, 2013.

Доклади:

5. Hadzhikotev, V., Nature and purpose of economic information reported in the Statement of cash flows, 2nd Balkan and Middle East Countries International Conference on Auditing and Accounting History, September 15-18, 2010, Istanbul, Turkey.

6. Stankova, M., Hadzhikotev, V., Doing accounting for tour operators – some strategic drivers, International Internet Conference: Current Problems and Ways of Ensuring Socio-economic Development of Country and Regions, 28 March 2014, Dnepropetrovsk, Ukraine.

7. Velkov, M., Hadzhikotev, V., How To Increase the Confidence in Tourist Agency, TMS Algarve 2014: Management Studies International Conference, 26-29 November 2014, Olhao, Portugal.