



Аграрен университет – Пловдив, Научни трудове, т. LXII, кн. 2, 2020 г.
Юбилейна научна конференция с международно участие
*Перспективи пред аграрната наука и иновации за устойчиви
продоволствени системи*
Agricultural University – Plovdiv, Scientific Works, vol. LXII, book 2, 2020
Jubilee Scientific Conference with International Participation
Perspectives on Agricultural Science and Innovations for Sustainable Food Systems



[DOI: 10.22620/sciworks.2020.02.014](https://doi.org/10.22620/sciworks.2020.02.014)

**ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ДАНЪЧНО СТИМУЛИРАНЕ НА СЕМЕЙНИЯ БИЗНЕС
В ТУРИЗМА В УСЛОВИЯ НА КРИЗА
OPPORTUNITIES FOR FISCAL STIMULATION OF THE FAMILY BUSINESS IN
TOURISM IN CRISIS**

**Николай Катранджиев¹, Снежинка Константинова²)
Nikolay Katrandzhiev¹ Snezhinka Konstantinova²**

Технически университет – София, Филиал Пловдив¹
Университет по хранителни технологии – Пловдив²
Technical University – Sofia, Branch Plovdiv¹
University of Food Technologies – Plovdiv²

nkatrandzhiev@abv.bg

sks_ko@abv.bg

Резюме

В настоящото изследване са представени възможности за данъчно стимулиране на семейния туристически бизнес в България. За целта е извършено проучване и анализ на динамиката на събираемостта и размера на местните данъци за периода 2017 – 2019 г. На тази основа е направена извадка от различните типове общини, в които се развива приоритетно туристически бизнес – морски, планински и СПА. За различните групи е изследвано изменението на сумата на платения туристически данък. Предлагат се варианти за данъчни преференции на общинско ниво за бизнеса в условия на криза чрез промяна на законодателната рамка, редуциране или отмяна на някои данъци и дигитализация на процесите.

Ключови думи: местни данъци, семеен бизнес, туризъм, устойчиво развитие, дигитализация.

Abstract

This study presents opportunities for tax incentives for family tourism business in Bulgaria. For this purpose, a study and analysis was carried out on dynamics of tax collection and amount of local taxes for the period 2017 – 2019. On this basis was made a sample of different types of municipalities in which tourism business is prioritized – sea, mountain and spa. The variation of the amount of tourist tax paid was examined in different groups. Tax preference

options are available at the municipal level for businesses in crisis, by changing legislative framework, reducing or abolishing some taxes and digitizing processes.

Key words: local taxes, family business, tourism, sustainable development, digitalization.

ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът в България е структуроопределящ национален отрасъл. Той е стабилен фактор, който целогодишно допринася за оптимизирането на българската икономика. В подкрепа на това е фактът, че между 13-15% от БВП на страната се генерира от туристическата индустрия. Развитието на туризма се регламентира от Закон за туризма. (Tourism law)

Като основна икономическа дейност туризмът е с широко влияние върху икономическия растеж, заетостта и социалното развитие. Той е важен инструмент в борбата с икономическия упадък и безработицата. Въпреки това туристическият сектор е изправен пред редица предизвикателства.

Разпространението и възприемането на идеята за устойчиво управление в семейните фирми се основава на ангажираността на бизнеса с институционалната среда и времето в рамките на жизнения цикъл на семейния бизнес.

Семейните фирми могат да бъдат много ефективни проводници за разпространението и приемането на идеята за устойчиво развитие и управление. Този процес е съпътстван със специфична генерационна ориентация, изградени и утвърдени качества, в съчетание с възможността от вземане на бързи решения от сплотената фамилна общност.

МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ

Закон за местните данъци и такси, Закон за туризма, Отчети за касовото изпълнение на бюджета на разглежданите общини, Наредби за определянето размера на местните данъци на територията на разглежданите общини, сайта на Националния статистически институт.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

Туристическата индустрия в България се характеризира с голямо разнообразие от малки и средни и големи туристически фирми в различни туристически дестинации. Поради наличието на различни видове туристи – възрастни туристи, български и чужди туристи, семейства с малки деца, туристи над 50 годишна възраст и др.), както и голямото разнообразие в дестинации – градове, крайбрежни райони, планини, спа центрове, исторически местности и др.), много малки и средни туристическите фирми от типа „фамилен бизнес“ предлагат успешно своите продукти и услуги на туристите паралелно с големите туристически предприятия.

Дефинирането на понятието „фамилен бизнес“ се свързва с важната роля на семейството по отношение на определянето на механизмите за визия и контрол, използвани във фирмата, и създаване на уникални ресурси и способности.

Семейният бизнес в България варира от еднолични търговци до средни и големи туристически фирми. Необходимо е да се насърчава

създаването на благоприятна среда, в която семейните фирми ще могат да се развива.

Европейските дефиниции за семеен бизнес са (https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/family-business_en):

1. По-голямата част от правата за вземане на решения са притежание на физическото лице, което е учредило фирмата, или във владението на физическото лице, което е придобило акционерния капитал на фирмата, или във владение на техните съпрузи, родители, дете или преки наследници на децата.

2. Повече права за вземане на косвени или преки решения.

3. Най-малко един представител на семейството или роднината участва официално в управлението на фирмата.

4. Фирмите, които са регистрирани, отговарят на определението за семейно предприятие, ако лицето, което е създадо или придобило фирмата (акционерен капитал), или техните семейства или потомци, притежават 25% от правата за вземане на решения, възложени от техния акционерен капитал.

При определянето на тази рамка основни предизвикателства пред семейния бизнес са: (1) създателите на политики не знаят потребностите на семейните фирми и техния икономически и социален принос за обществото; (2) достъп до финансите и данъчното облагане; (3) значението на ранната подготовка на бизнес трансферите; (4) семейното управление чрез балансиране на семейството, собствеността, правилата за баланс между половете и бизнес аспекти; (5) привличане и задържане на квалифицирана работна сила; (6) обучение по предприемачество и мениджмънт, свързано със семейния бизнес.

В същото време при местата за настаняване структурата на туристическия бизнес се различава в зависимост от конкретно местоположение в дестинация (MIE, 2014). Например, големите хотелски вериги имат значително присъствие в по-големите градове и специализираните курорти – София, Пловдив, Варна, Слънчев бряг, Банско и други. В повече селски райони (Котел, Копривщица, Павел баня) работят много малки семейни фирми, които са функционирали активно в разгара на сезона. Разликите в навиците за пътуване и вида на предлаганите туристически услуги между различните дестинации могат да обяснят наличието на известни разлики в структурата на туристическия пазар.

Анализът на влиянието на кризата в следствие на карантината от COVID-19 предполага оценка на това влияние върху различните туристически предприятия, предлагащи различни видове туристически услуги.

Проучване на влиянието на данъците и въвеждането на ефективни данъчни инструменти в туризма върху състоянието, развитието и конкурентоспособността на семейния туристически бизнес

Туристическият сектор в страната може да бъде изграден върху успешни дългосрочни партньорства на национално, регионално и местно ниво между всички заинтересовани страни – национални, регионални и местни власти, бизнес, неправителствени организации и местните общности.

Постигането на растеж на малкия и средния туристически бизнес изисква подкрепяща регулаторна среда и адекватно данъчното облагане, като основен компонент за това. От една страна данъците пряко влияят на маржовете, направени от бизнеса, и цените, с които се сблъскват туристите, и от друга страна, те са важен източник на приходи за правителството и общините, които ги ползват за финансиране на инфраструктурата и подкрепа за туристическия сектор.

Целта на това проучване е да направи преглед на съществуващите данъчни системи, свързани с туризма, въведени на национално ниво, но реализиращи се в общините, като това включва създаване на база данни на текущите данъци, свързани с туризма на национално ниво, и анализ на ефектите на някои местни данъци върху конкурентоспособността на туристическите предприятия в различните туристически дестинации в България.

Настоящото изследване предлага гъвкаво управление, администриране и използване на данъците за туристическия бизнес с цел подобряване на конкурентоспособността на туристическите дестинации и подкрепа на местния туристически сектор. Въпреки това, предвид необходимостта от набиране на приходи от една страна и необходимостта от поддържане конкурентоспособност, от друга страна, политиците трябва много внимателно да проектират данъчната система, за да се постигне баланс на тези конфликтни ситуации.

Проучването на данъците и конкурентоспособността в туризма предлага:

- развитие на основните данъци, влияещи на МСП в туризма и техните ставки на национално ниво;
- икономически анализ на въздействието на данъците във връзка с разликите в търсенето на туризъм;
- казуси на данъчните системи на национално, регионално и местно ниво;
- инструментът за данъчно облагане, който може да се използва за оценка на потенциалното въздействие върху сектора на настаняването и по-широката икономика от номинална или процентна промяна в данъците за недвижимите имоти.

Избухването на COVID-19 и обявената карантина постави туристическия бизнес на всички нива в България под безпрецедентен натиск, а туристическите фирми са изправени пред остри проблеми с ликвидността. Поради временните ограничения за пътуване, има много малко нови резервации за туристически услуги през сезона, а старите резервации в голяма степен са анулирани. В същото време индустрията е залята с искания за възстановяване на авансово заплатени суми, в случай на анулиране и искания за обезщетение в поради неизпълнение на услуга.

Мерките, които трябва да се предприемат в подкрепа на семейния туристически бизнес трябва, да са както на национално, така и на местно, общинско ниво, за да се защити туристическата индустрия в страната. Тези мерки включват подкрепа за ликвидността, фискални мерки в областта на данъците, облекчаване на правилата за държавна помощ, нови насоки за правата на пътниците и прилагане на директивата за пакетно пътуване, стимулиране на българските граждани при реализиране на почивки и пътувания в България.

Обект на изследване в статията са данъка върху недвижимите имоти, патентния данък и специфичния за туризма туристическия данък.

Извършено е проучване и анализ на динамиката на приходите от туристическия, патентния данък и данъка върху недвижимите имоти в местните бюджети на общините с приоритетно развитие на туризма за периода 2017 – 2019 г. и използването им за стимулиране на семейния туристически бизнес в условията на криза.

Подбрани са тези три данъка, защото те дават информация за състоянието на бизнеса и в частност на туристическия бизнес в общините, където туризмът е водещ отрасъл. Туристическият данък характеризира броя на нощувките, независимо от категорията на обектите за настаняване. Патентният данък отразява в известна степен развитието на дребния обслужващ освен населението в общината и туристическите потоци. Нарастването на данъка върху недвижимите имоти е показател за наличието и развитието на имотите, хотелската, ресторантьорската мрежа и инфраструктурата, в това число тази на туристическите обекти в малките общини. В общините с развиващ се туристически бизнес това нарастване е основно, поради нарастването на туристическата база, доколкото в тези общини не се наблюдава ръст на жилищното строителство при намаляващо населението в тях по данни на НСИ. (<https://www.nsi.bg/>)

За целите на изследването разгледахме малките и средни общини в България, в които приоритетно се развиват алтернативни форми на туристически бизнес – морски, планински, архитектурно-исторически и СПА. От групата на общините развиващи морски туризъм са анализирани общините Несебър, Балчик, Созопол. Представени за данни и за общините Варна и Бургас, но само за сравнение с малките общини. За планинските ски курорти са разгледани общините Банско, Самоков и Чепеларе, за СПА курортите – Велинград, Хисаря и Павел баня, за историческо-архитектурен туризъм – Котел и Копривщица.

В резултат на изследването, от представените данни в Таблица 1, Таблица 2, и диаграмите се вижда, че във всяка група има общи характеристики по отношение на три данъка и относителния им дял в общите данъчни приходи на общините.

Таблица 1. Изменението на данъците в община Банско за периода 2017 – 2019 г.

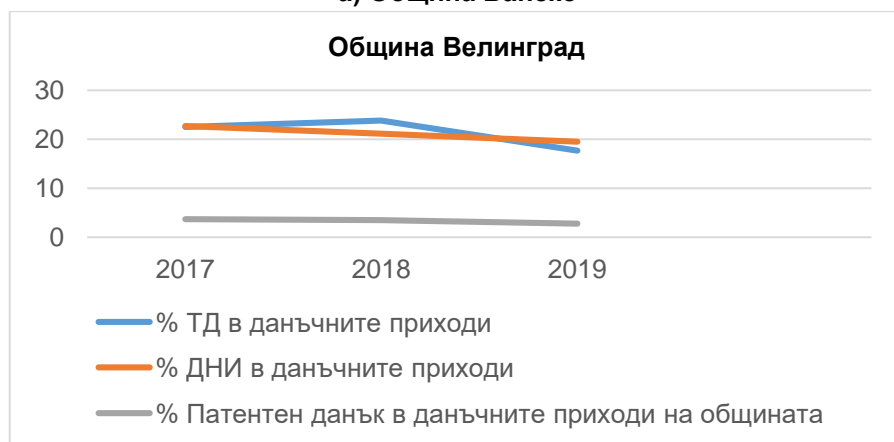
Table 1. Changes in taxes in Bansko municipality for the period 2017 – 2019

Местни данъци (пв., %)	Години		
	2017	2018	2019
Данъчни приходи за общината	6762823	6489974	7016584
Окончателен годишен патентен данък (ПД) и данък върху таксиметров превоз на пътници	56095	49797	49070
Данък върху недвижимите имоти (ДНИ)	3193749	3080807	3311011
Туристически данък (ТД)	900147	867944	1004487
Други данъци	60		
Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	13,31	13,37	14,32
Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	47,23	47,47	47,19
Относителен дял на ПД в данъчните приходи на общината	0,83	0,77	0,70

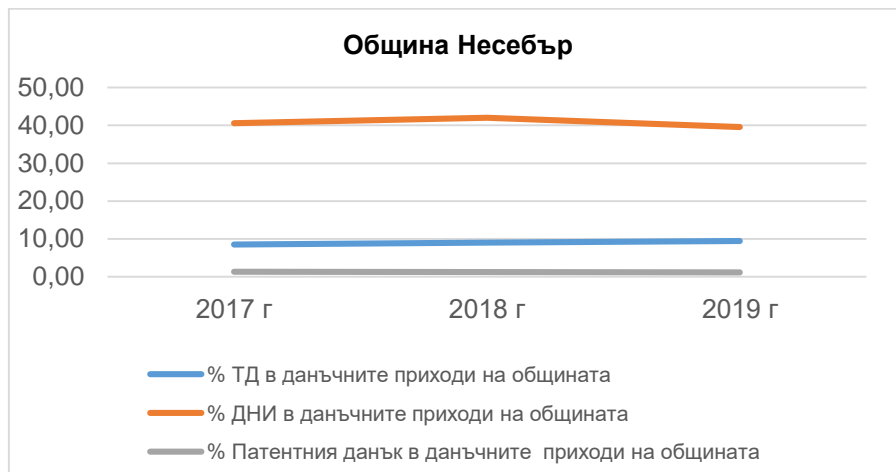
В Таблица 1 е показан начина на определяне на измененията, а в диаграмите (Фиг. 1.) е представено изменението на туристическия данък (ТД), патентния данък (ПД) и данъка върху недвижимите имоти (ДНИ) за общините Банско, Несебър и Велинград, които са типични представители съответно на общините развиващи зимен ски туризъм, морски и СПА туризъм.



а) Община Банско



б) Община Велинград



б) Община Несебър

Фиг. 1 изменението на туристическия данък (ТД), патентния данък (ПД) и данъка върху недвижимите имоти (ДНИ) за общините Банско, Несебър и Велинград.

Данък върху недвижимите имоти (ДНИ)

С данък върху недвижимите имоти (чл. 10. ал. 1 от Закона за местните данъци и такси – ЗМДТ) (Law on Local Taxes and Fees) се облагат разположените на територията на страната сгради и самостоятелни обекти в сгради, както и поземлените имоти, разположени в строителните граници на населените места и селищните образувания, и поземлените имоти извън тях, които според подробен устройствен план имат предназначение определено по чл. 8, т. 1 от Закона за устройство на територията.

Данъкът върху недвижимите имоти засяга туристическия бизнес чрез сектора за настаняване – хотели, съоръжения и пазара за онлайн почивки за наем на жилища, въпреки че може да окаже значително влияние върху други туристически предприятия, в които недвижимата собственост представлява значителен компонент от тяхната дейност (ресторанти, туристически съоръжения и др.) Данъците върху собствеността се начисляват върху стойността на недвижимите имоти, независимо от собственика или функцията, тези данъци обикновено не нарушават конкуренцията между различни доставчици на настаняване. Тъй като собствениците на места за настаняване ще трябва да възстановят данъкът върху собствеността, като разход преди получаване на положителен доход, се очаква данъците върху собствеността да увеличат цените на туристическите услуги. Въпреки това, тъй като данъци върху собствеността биха повлияли на общия профил на разходите на дадено местоположение, такива данъци биха повлияли на конкуренцията между различните ваканционни дестинации.

Таблица 2 Изменение на туристическия данък (ТД), патентния данък (ПД) и данъка върху недвижимите имоти (ДНИ) по общини
Table 2. Amendment of the tourist tax (TT), the patent tax (PT) and the real estate tax 9PET) by municipalities

№	Изменение на туристическия данък (ТД), патентния данък (ПД) и данъка върху недвижимите имоти (ДНИ) по общини	Години		
		2017	2018	2019
Общини развиващи преимуществено зимен и ски туризъм				
1	Община Банско			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	13,31	13,37	14,32
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	47,23	47,47	47,19
2	Община Самоков			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	12,78	12,85	13,15
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	35,71	30,86	29,40
3	Община Чепеларе			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	9,89	15,57	16,04
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	50,01	48,86	49,77
Общини развиващи преимуществено морски туризъм				
4	Община Несебър			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	15,78	15,60	16,13
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	40,61	42,07	39,60
5	Община Созопол			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	7,43	7,66	7,27
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	55,17	56,13	53,62
6	Община Балчик			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	27,60	26,13	24,92
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	36,22	37,99	35,57
Общини развиващи преимуществено СПА туризъм				
7	Община Велинград			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	22,52	23,81	17,69
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	22,73	21,12	19,50
8	Община Хисаря			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	17,92	17,46	18,21
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	24,07	21,27	23,85
9	Община Павел баня			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	26,24	31,42	23,28
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	16,27	18,51	12,52
Общини развиващи преимуществено историко-архитектурен туризъм				
10	Община Котел			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината	1,78	1,87	1,84
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината	20,80	20,64	17,96
11	Община Копривщица			
	Относителен дял на ТД в данъчните приходи на общината		3,84	6,30
	Относителен дял на ДНИ в данъчните приходи на общината		31,29	28,98
	Относителен дял на ПД в данъчните приходи на общината		4,08	3,88

От направеното проучване, данните за което са представени в Таблица 2, се вижда че в разглежданите типове общини относителният дял на този данък в общите данъчни приходи на общините е различен. В общините развиващи морски и зимен ски туризъм той се движи между 30 и 50%, в общините развиващи историко-архитектурен туризъм – между 18 и 31%, а в общините предлагащи СПА туризъм между 12 и 24%. Големият размер на данъците върху недвижимите имоти и липсата на приходи в сезона на плащането на тези данъци определено ще затрудни туристическия бизнес.

Туристически данък (ТД)

С туристически данък, в съответствие с изискванията на чл. 61р от Закона за местните данъци и такси, се облагат нощувките. Данъчно задължени лица са лицата, предлагащи нощувки.

В общините развиващи зимен ски туризъм туристическият данък формира между 10 и 15% от общите данъчни приходи, като и в трите разгледани общини този дял нараства. Данъчните приходи в тези общини са силно зависими от климатичните условия и снеговалежите през зимата. Показателна за това е 2017 г., която не се отличаваше с особено продължителна зимна покривка, особено на Пампорово, който е сравнително по-южно разположен и там делът на туристическия данък е само 9,89% при 15,57% за 2018 г. и 16,04% през 2019 г. – Таблица 2. Характерно за този туризъм е, че голяма част от туристическите услуги се предлагат извън местата за нощувка – ски лифтове, ски писти, ски училища и др., които не са свързани с плащането на туристически данък. Летният туризъм в тези общини е по-слабо развит. Поради това и през 2020 г. въпреки карантината за COVID-19, която започна в началото на м. март, т.е. в края на сезона, особено намаляване на данъчните приходи от туристическия данък в тях няма да се наблюдава. В Таблицы 1 и 2 и на диаграма е показано изменението на разглежданите данъци в община Банско за периода 2017 – 2019 г.

Характерна особеност на туристическия данък е, че в съответствие с изискванията на чл. 61с, ал.7 от ЗМДТ той се внася авансово от данъчно задължените лица. Окончателното деклариране и изравняване на сумите се извършва до 30 януари на годината за облагане с туристически данък за предходната година. Законът за туризма от своя страна определя, че приходите от туристическия данък се разходват за дейности свързани с туризма в общината.

Това е важно за общините и фирмите развиващи зимен ски туризъм. Там авансовия данък за 2020 г. е събран и сега в условията на кризата общините могат да го използват за подпомагане туризма в съответствие с изискванията на закона и да създадат условия за по-бързо и успешно стартиране на новия сезон и развитието на алтернативен туризъм след отмяната на карантината.

Най-висок относителен дял на туристическия данък в общия обем на собствените данъчни приходи, както се вижда от Таблица 2, има при общините, развиващи СПА туризъм. За разглеждания период този дял се изменя от 17,46% за община Хисаря за 2018 г. до 31,42% за община Павел баня за същата година. Тези по-високи стойности в сравнение с другите типове общини се дължи на самото естество на този туризъм, а именно, че туристическите услуги са

концентрирани основно в големи СПА хотели и ползването им е свързано с по-голяма степен нощувки, за които се плаща туристически данък. Освен това при този туризъм има целогодишно натоварване на базата и следователно по-голям брой нощувки. Важно е да се отбележи обаче, че СПА туризмът ще пострада значително от кризата, особено малките обслужващи туристите фирми.

При общините развиващи морски туризъм, спадът в приходите е голям поради застъпването на активния сезон. Карантината европейските страни доведе до отпадането на предварителни резервации и почти не се очакват чужди туристи по българските курорти. Показател за отлива на туристите ще бъде намаляването на приходите на общините от туристическия данък, който в крайморските общини за разглеждания три годишен период се движи в доста широки граници – между 7,27% в община Несебър и 27,60% в община Балчик, от общите данъчни приходи на общините. За разлика от ски курортите, тук туристическият данък за годината не е събран и няма да може да се използва за стимулиране на туризма, но пък общините могат със свои решения да отложат неговото събиране или да освободят туристическия бизнес от този данък.

При общините развиващи архитектурно-исторически туризъм въпреки че относителният дял на приходите от туристически данък (Таблица 2) е относително малък, загубите за малките туристически предприятия от карантината ще са най-големи. При тях туристическият сезон започва от м. април, местата за настаняване са основно малки семейни хотели и къщи за гости, а заведенията за хранене – механи и семейни ресторанти. За периода на карантината те заедно с търговците на сувенири имат нулев приход.

Патентен данък (ПД)

С патентен данък съгласно чл. 61з на ЗМДТ се облагат физическите лица, включително еднолични търговци, които извършват патентни дейности, посочени в приложение №4 на Закона, за доходите от тези дейности, при условие че оборотът на лицето за предходната година не превишава 50 000 лв., и лицето не е регистрирано по Закона за ДДС, с изключение на регистрация при доставки на услуги по чл. 97а и за вътреобщностно придобиване по чл. 99 и чл. 100, ал. 2 от същия закон.

В сферата на туризма такива са основно лицата предлагащи дребни туристически услуги – търговия със сувенири, малки заведения за хранене, къщи за гости, ски учители и други. Тези дейности генерират сравнително малък патентен данък и неговия относителен дял в обема на данъчните приходи на общините за разглеждания период намалява. Най-нисък дял има патентния данък в общините развиващи зимен туризъм – между 0,7 и 1,4%, а най-висок – в общините развиващи историко-архитектурен туризъм – между 1,4 и 4%.

Въпреки това тези малки търговци на туристически услуги ще са много силно засегнати от кризата, а те обикновено придават автентичността и местната специфика на туризма в отделните населени места. За тях е наложително общините да разработят специални мерки за стимулиране, като например освобождаване от такси за пазари, тържища, ползване на площадки на открито, разсрочване на плащането на местни данъци и други.

ИЗВОДИ

Карантината въведена във връзка с COVID-19 постави туристическия бизнес на всички нива в България под безпрецедентен натиск. Особено негативно е отражението на карантината върху малкия и среден туристически бизнес. С цел оцеляване и бързо стабилизиране на туризма, освен на национално ниво, е необходимо да бъдат предприети мерки и от общините, чрез преференции и действия по местните данъци и такси. Такива могат да бъдат:

1. Данъчни преференции на общинско ниво за бизнеса в условия на криза.
2. Редуциране или отмяна на някои данъци.
3. Дигитализация на процесите по администрирането на данъците.
4. Реинвестиране на туристическия данък в полза на туристическите фирми.
5. Отмяна на патентния данък за определен период.
6. Намаляване на някои общински такси.

REFERENCES

Ministerstvo na ikonomikata i energetikata (MIE). Strategiya za ustoychivo razvitie na turizma v Bulgariya 2014-2030. S., 2014.

European Commission. Taxid.c.1 (2019) – EN. VAT rates applied in the Member States of the European Union. Situation at 1st July 2019.

Tourism law

Law on Local Taxes and Fees

The Impact of Taxes on the Competitiveness of European Tourism, Final Report. Written by PricewaterhouseCoopers LLP (PwC), October 2017.

https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/family-business_en

<https://www.nsi.bg/>