

д-р СВИЛЕН ТОНЕВ

ШУМЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ "ЕПИСКОП К.ПРЕСЛАВСКИ"

**ПРОБЛЕМИ НА ДАНЪЧНОТО ОБЛАГАНЕ ВЪРХУ ДЕЙНОСТИ,
ОБСЛУЖВАЩИ
СВОБОДНОТО ВРЕМЕ (НА ПРИМЕРА НА ТУРИЗМА)**

**PROBLEMS OF TAXATION ON THE LEISURE ACTIVITIES (ON THE EXAMPLE OF
TOURISM)**

SVILEN TONEV, Ph.D.

SHUMEN UNIVERSITY "EPISKOP K.PRESLAVSKI"

Abstract: As a tourist destination, Bulgaria offers rich possibilities for diverse holiday experience. Tourism has enormous potential of job creation, communities developments and real economic benefits. The high and unfair taxation in tourism create disadvantages, which is a cause of serious concern. This is a common problem of all member countries in European union. European authorities have to enable European tourism to compete on a fair base with non-community destinations. Since the activity of bringing tourists to Europe is exporting (it earns foreign currency), there is a clear logic in exempting it from VAT, as is the case with other exports. Reforming the application of VAT to tourism exports would make Europe more competitive as a destination and would assist in the economic prosperity of European countries.

Key words: tourism, taxation, development, competitiveness

Най-важният сектор на икономиката, обслужващ свободното време, е туризмът. Същевременно туризмът е един от основните отрасли на икономиката, създаващ значителна част от brutния вътрешен продукт и ангажиращ голям брой работещи. Туризмът е един от най-бързо нарастващите сектори в икономиката на България, а също така и на Европейския съюз. Разглеждането на проблемите на данъчното облагане в сектора на туризма е необходимо да се прави в рамките на състоянието на този проблем в Европейския съюз, поради предстоящото присъединяване на България към съюза. Значението на туризма е намерило признание във включването му в Европейската конституция. Секция 3-А, член III-181а гласи:

Съюзът ще подкрепя действията на страните членки в туристическия сектор, в частност чрез поддържане на конкурентността на начинанията на съюза в този сектор. (5, art. III-181a).

Най-важните характеристики на туризма, които трябва да се отчитат, са

високата чувствителност към изменение на цените, високата трудова интензивност, прилагането обикновено на по-нисък марж на печалбата в сравнение с други сектори, наличието на огромен брой малки и средни предприятия в отрасъла. По-конкретно 95% от действащите фирми спадат към тази група и при положение, че работят с ниска норма на печалба, те са в нестабилно финансово състояние и са силно уязвими.

Данъчното облагане на туризма в Европейския съюз е обект на оживени дискусии и е подложено на остри критики. Главната насоченост на критиките е в посока прекомерност и несправедливост на облагането с различни видове данъци и особено с данък върху добавената стойност.

Преди половин век туристическата индустрия е била практически без данъчно облагане. Оттогава насам, вследствие на изменящите се икономически условия, подобряването на транспорта и технологиите, нарастващата глобализация на пазарите, международният туризъм става една от главните индустрии с високи темпове на растеж. Според данни

на Световната туристическа организация броят на международните туристически посещения е нараснал от 25 млн. през 1950 г. на почти 600 млн. през 1996 г. Приходите от туризъм са нараснали също така внушително, от 2 млрд. долара през 1950 г. на над 400 млрд. долара през 1996 г. През 2004 г. приходите от туризма отбелязоха нов рекорд, достигайки 622 млрд. долара. Световните приходи от туризъм са нараснали през посочената година с изключителните 10.3%, чийто темп е равен практически на този на международните туристически посещения от 10.7%. (6, p.1)

Тъй като правителствата постоянно търсят разширяване на данъчната база, най-подходящи за това изглеждат новите и бързо растящи отрасли на икономиката. В кратки срокове туризмът бива обложен с разнообразни и нарастващи данъци. (Forsyth P., 1997, p.1) Според изследване на Международната хотелиерска асоциация (International Hotel Association) за степента на данъчното бреме в индустрията за настаняване през 90-те години на 20 век са налице 59 различни данъка върху хотелите и голямо различие в данъчната тежест, която варира от близо до нулата в Кувейт до 39% в Унгария.

Данъчното облагане на туристическата индустрия се проявява в две основни форми:

Първо, данъци и такси, които се налагат непосредствено върху туристите или туристически услуги, които те ползват. Такива са: входни такси за издаване на визи; изходни такси при напускане на страната; такси на транспортните терминали – летищни такси, такси на морските гари или за използване на автомобилните магистрали; такси за нощувки; екологични такси; облагане с ДДС на посочените услуги и на стоките, които се купуват от туристите.

Второ, данъци върху предприятията и лицата, които обслужват туристите. Това са преки данъци върху местата за настаняване – хотели и частни квартири; върху заведенията за хранене и развлечения; върху различни атракционни обекти; данъци върху транспортните услуги, ползвани от туристите. Тук се отнасят също косвените данъци върху вносните стоки, които се използват в туристическата индустрия – мита, акцизи, ДДС. Други данъци от тази група са данъците и социалните осигуровки на наетите лица в туризма, плащанията за различни лицензи и др.

Съществуват редица обстоятелства, които пораждат повишен интерес у държавните институции към изобретяване и въвеждане на нови данъци в сектора на туризма, ръководейки се единствено от фискални цели и без да се държи сметка за влиянието върху конкурентноспособността на тази индустрия.

- Въвеждането на данъци върху чуждестранните туристи няма този ефект на непопулярност, който имат данъците върху националните резиденти. Чуждестранните туристи не формират единно обществено мнение и не участват на изборите в страната, от които зависи избирането на политическите партии. Чрез облагането на чуждестранния туризъм се прави износ на данъци и като че ли се получават приходи даром.

- По презумпция туристите, както чуждестранни, така и местни, са с относително по-високи доходи и е логично да бъдат облагани, тъй като могат да си позволят да плащат тези данъци.

- Разходите на домакинствата за туризъм са в много висока степен въпрос на тяхно суверенно решение и те могат да избягнат данъците, като ограничат потреблението на туристически услуги. (McMahon M., 2004, p.1)

Посочените обстоятелства очертават туризма от фискална гледна точка като благоприятен обект за данъчно облагане. Но въвеждането на данъци винаги е съпроводено с промяна в икономически-

те условия за правене на бизнес и с промяна в поведението на икономическите агенти. Анализът на последствията от данъчното облагане показва, че в много случаи данъците водят до краткосрочно увеличение на постъпленията в бюджета при дългосрочно намаляване на данъчната основа и съответно на фискалните приходи.

Анализът на влиянието на данъците върху туристическата индустрия трябва да отчита ценовата еластичност на търсенето и предлагането на туристически услуги. Въвеждането на нов данък или повишаването на някой от съществуващите данъци води до нарастване на цената на туристическите услуги. При наличие на еластично търсене, потребителите на тези услуги ще реагират с търсене на същите услуги на по-ниски цени и, ако намерят такива, ще сменят мястото, което ще използват за туризъм. Така те ще избягнат плащането на по-висока цена заради допълнителния данък и ще се стигне до намаляване на търсенето количество в сектора. Има много изследвания, които установяват висока еластичност на търсенето в туризма, което означава, че дори малко изменение на цената предизвиква значителна промяна в търсенето количество. Според изследване, извършено от одиторската фирма Deloitte&Touche, коефициентът на ценова еластичност на търсенето в хотелиерството е 2.5. Това означава, че изменението в данъчното облагане е съществен фактор, който променя условията на конкуренция, поради изменението на крайните цени. При това положение хотелите много често се оказват в положение, когато те не са в състояние да прехвърлят данъка върху туристите и поемат изцяло допълнителното данъчно плащане.

Съществува разлика в разпределението на данъчното бреме в кратък и в дълъг период от време. В кратък период капацитетът на хотелите е фиксиран и фирмите установяват цените на хотелиерските услуги така, че ефективно да

оползотворят наличните места. Ако върху техните услуги се наложи допълнителен данък, те имат малки или никакви възможности да прехвърлят данъка. В дълъг период обаче хотелиерската индустрия има висока еластичност на предлагане. Присобяването към данъка ще бъде такова, че повече или по-малко данъкът ще бъде прехвърлен върху туристите, като количеството на хотелиерските услуги ще се намали. Конкретният размер на промяната ще зависи от цифровото изражение на ценовата еластичност на предлагането.

Фактите дават достатъчно доказателство за високата ценова еластичност на търсенето и предлагането в туризма. През 1990 г. в Ню Йорк се въвежда допълнителен данък от 5% върху стойността на нощувките в хотелските стаи с цена над 100 долара. Търсенето на хотелски стаи се оказва толкова чувствително към цената, че туристите започват да избягват Ню Йорк като място за нощуване и избират съседни градове. Проведеното иконометрично изследване по поръчка на кметството на града показва, че бюджетът губи по 2 долара от свързани с туризма дейности за всеки 1 долар, който получава от допълнителния данък върху хотелите. Отделно от това се проявява значителен отрицателен ефект поради свиването на данъчната база. През 1994 г. управата на Ню Йорк отменя данъка поради неговото съсипващо влияние върху индустрията за настаняване и по-широко върху туризма.

Въвеждането на по-висока норма на данъка върху добавената стойност за пет звездните хотелски стаи в Мадрид през 1994 г. причинява незабавно намаляване на броя на тези стаи от 4016 на 1371. Това бива направено доброволно от хотелиерите, които понижават категорията на стаите до четири звезди с цел да избягнат по-високата норма на данъка и съответните последствия върху цената на услугата и конкурентността. Испанс-

кото правителство отменя по-високата норма на данъка през 1996 г.

Много сериозен проблем в туризма е въвеждането на промени в данъчното облагане с кратък срок на предизвестие. За разлика от обичайната ситуация в други сектори, където данъкът може да се включи незабавно в цената, при туризма това често е невъзможно. Причината е, че обикновено хотелите сключват договори с туроператорски фирми близо година предварително и след това не са в състояние да променят цените. При това положение, въвеждането на нови данъци остава изцяло за сметка на хотелиерите, които не са в състояние да прехвърлят данъка върху туристите и понасят цялото данъчно бреме. При нисък марж на печалбата подобна промяна води много хотели до изпадане в несъстоятелност, с всички отрицателни последици за заетостта.

Освен това повечето фирми в туризма, които са малки и семейни фирми, са затруднени от непрекъснато увеличаващата се сложност на данъчното облагане и другите съпътстващи такси и плащания. За световната туристическа индустрия и за България в частност е характерна непрекъсната промяна на нормативните регулации, което изисква отделяне на допълнително време за изучаване на новите изисквания, попълване на документи, допълнително заплащане на консултанти по отделни проблеми – счетоводители, юристи и др.

В редица страни съществуват т. нар. данъци на легло, които се налагат върху всяка нощувка. Облагането обикновено е при плоска норма, т.е. данъкът е пропорционален или се заплаща фиксирана сума на нощувка. Това поставя тези страни в по-неизгодна позиция спрямо страните, където такъв данък не се прилага, поради посочената висока ценова еластичност на търсенето. В България от този тип е туристическата такса, която се събира от общините съгласно чл.6 от

Закона за местните данъци и такси. (ЗМДТ, чл.6)

Друго направление на развитие на данъците в туризма са данъците свързани с екологията. Еко-данъците са благоприятно поле за развихряне на данъчното творчество на държавата поради външната им благовидност и трудността да бъдат проследени и измерени точно отрицателните ефекти от туристическата дейност за природната среда, макар че такива действително съществуват. Подобни данъци се прилагат широко в Дания, Германия, Франция и други страни. Становището на Европейската хотелиерска асоциация по този въпрос е, че туризмът трябва да носи своята отговорност за опазването на природата чрез подходящи инвестиции и организация на туристическото обслужване и същевременно да се дава отпор на опитите за утежняване на бизнеса с подобни данъци.

За повечето страни основен данък върху туристическите услуги, който в най-голяма степен влияе върху формирането на крайните цени на услугите и условията за конкуренция е данъкът върху добавената стойност.

Данъкът върху добавената стойност е данък върху потреблението на стоки и услуги, които са купуват от потребителите в дадена страна, независимо дали са от местно производство или от внос. Той се смята за един от най-ефективните съвременни данъци и понастоящем се прилага в над 125 държави. Един от основните принципи при прилагането на ДДС е, че държавите не облагат с този данък износа на стоки към други страни. Презумпцията е, че по този начин се стимулира износа, а оттам и растежът на производството и заетостта. Прилагането на този принцип се разширява, включвайки възстановяване на данъка за чуждестранни лица, които купуват стоки в страната и ги изнасят със себе си извън местните граници. Целта е отново поощряване на търговията и производството.

Много от страните в Европейския съюз позволяват възстановяване на данъка върху добавената стойност за чуждестранни лица. Такива са Австрия, Белгия, Дания, Финландия, Франция, Германия, Гърция, Португалия, Испания и др. По принцип възстановяването на ДДС се позволява както за бизнес пътувания, така и за туристи. Туристите могат да кандидатстват за възстановяване на данъка върху закупени и изнесени стоки, но не и за потребени услуги. Митническите власти на туристическата страна трябва да удостоверят с документ, че стоките наистина са напуснали границите на страната. Освен това често има допълнителни изисквания, за да може действително данъкът да бъде възстановен. Например стоките трябва да са изнесени в личния багаж на туриста, или датата на тяхното изнасяне трябва да е не по-късно от три месеца от датата на тяхната покупка и др. Тези и други допълнителни условия се уточняват от разпоредбите на националното законодателство в отделните страни.

Понастоящем прилагането на данък върху добавената стойност в туризма става на оновата на Марджин схемата за туроператори (Tour Operators Margin Scheme). Нормите на ДДС се различават чувствително в отделните страни от Европейския съюз. Средно за съюза се прилага намалена норма от 8%. Тази норма обаче е 25% в Дания, 17.5% в Обединеното кралство, 13.5% в Ирландия, 3% в Люксембург. С 25% норма на ДДС, прилаган в туризма, Дания има най-високо данъчно облагане и съответно отрицателен ефект от това облагане за туристическата индустрия и за цялата икономика. Броят на чуждестранните туристи, които са посетили Дания, намалява веднага след въвеждането на данъка. Пазарният дял на Дания на европейския туристически пазар се съкращава от 2.4% през 1991 г. на 1.83% през 1994 г.

През същия период Ирландия предлага положителен пример за ефекта от ниските данъци върху икономическия растеж и заетостта. Това се отнася и до туризма чрез въвеждане на по-нисък ДДС, в това число за туристическото настаняване. В началото на 80-те години ирландското правителство повишава данъка върху хотелските услуги на 23%. В резултат от това в кратък период 10% от хотелите се затварят. След натиск от страна на хотелиерската асоциация в страната данъкът е намален на 13.5%. Последствията са ускорено развитие на туризма и мащабни инвестиции. Вследствие на решението на ирландското правителство да намали наполовина нормата на ДДС, която се прилага за настаняване на туристи и храната в ресторантите в средата на 80-те години, броят на чуждестранните туристи, посетили Ирландия нараства от 1.9 милиона през 1986 г. на 3.1 милиона през 1990 г. Интерес представлява ефектът от разликата в нормата на облагане с ДДС в две съседни страни – Ирландия и Обединеното кралство. Данъкът в Обединеното кралство е 17.5%, а в Ирландия 13.5%, т.е. разликата е само 4 процентни пункта. Тази разлика обаче оказва чувствително влияние върху туристическите потоци в региона. От 1990 г. до 1996 г. постъпленията от международен туризъм в Ирландия се увеличават със 107% при средно за Европейския съюз с 36%.

Независимо от постигнатата относително по-ниска норма на облагане с данък върху добавената стойност в Ирландия, туристическият сектор там отново поставя въпроса за по-нататъшното й намаляване поради ясно доказаната зависимост на търсенето на туристически услуги от равнището на цените. Междувременно в много от конкурентните на Ирландия туристически дестинации равнището на данъчно облагане в туризма се оказва понижено, което веднага се отразява на конкурентността на туризма в тази страна.

Съществува ясно изразена тенденция към намаляване на нормите за облагане с ДДС в страните от Европейския съюз. Във всички страни, в които се прилагат относително по-високи норми, спрямо други страни членки, се дискутират активно вредите от по-високия данък за туризма и потенциалните ползи от намаляването на данъка. По-високото равнище на данъка се посочва като важен фактор за намаляване на конкурентноспособността на местния туризъм.

В Дания съществува постоянен стремеж на предприемачите в туризма към намиране на решение с въпроса за високия размер на ДДС, който унищожава конкурентноспособността на датския туризъм. Местното управление в Шотландия предлага намаляването на данъка от 17.5% на 5%. Анализите показват, че разликата в облагането с ДДС е основна, макар и не единствена причина за изменението на броя на чуждестранните туристи и развитието на туристическата индустрия.

Обобщено може да се посочи, че прекомерните данъци заплашват жизнеспособността и конкурентноспособността на страните от европейския съюз и влошават техните позиции спрямо страните извън съюза. Особено отрицателно е влиянието на високите норми на облагане с данък върху добавената стойност. Разрушителното въздействие на този данък върху туризма е свързано с няколко аспекта. Един от тях е различното третиране на данъка в отделните страни, което изкривява цените на туристическите услуги и оценката на условията на конкуренция. В България съгласно чл. 91д. от Закона за данък върху добавената стойност данъчната основа на доставката на обща туристическа услуга е 35 на сто от разликата, намалена с размера на дължимия данък, между общата сума, която туроператорът или туристическият агент е получил и сумата, която той е платил за доставка на стоки и услуги от други данъчно задължени лица или при продажба на чуждестранно лица, което

не регистрирано по този закон. (ЗДДС, чл. 91д.) На второ място, независимо от начина на прилагането на ДДС, неговото въздействие върху търсенето на туристически услуги остава отрицателно и съответно уврежда значително заетостта в сектора, поради посочената ценова еластичност и трудоинтензивност на туризма.

Предложенията от бизнессредите в туризма и академичните гръгове към регулаторните органи на Европейския съюз за изменения в законодателството на съюза, касаещо туризма, са насочени към намаляване на отрицателното въздействие на данъчното облагане и създаване на благоприятна среда за конкуриране на европейските страни на световния туристически пазар и запазване ролята на Европа като главна туристическа дестинация в света. Едно от основните направления е прилагането на намален размер на ДДС към туристическите услуги или тяхното освобождаване от облагане. Мотивите за това са прилагане на прозрачни и справедливи условия за международна конкуренция, както вътре в Европейския съюз, така и спрямо трети страни. Тъй като дейността по довеждане на туристи в Европа е по своята същност равностойна на износ, защото тя печели чуждестранна валута, има ясна логика в освобождаването ѝ от данък върху добавената стойност, както и при другите видове износ.

Дори само намаляването на нормите на облагане с ДДС ще осигури понижаване на крайните цени на туристическите услуги и ще даде възможност на туристическите фирми да отговорят гъвкаво на ценовата конкуренция. Стабилизирането на приходите в туризма ще създаде условия за увеличаване на инвестициите, обучение на персонала и повишаване качеството на обслужване. Така ще се гарантира стабилен икономически растеж, висока заетост, по-благоприятна социална среда и опазване на природата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон за данък върху добавената стойност.
2. Закон за местните данъци и такси.
3. Forsyth P. Taxing Tourism? Australian Tourism and Hospitality Research Conference: Monash University, p.3, 1997
4. McMahon M., Tourism Taxation: No Such Thing As A Free Lunch? Dublin, 2004
5. Official Journal of the European Union, C310, Volume 47, 2004
6. World Tourism Organisation. Compendium of Tourism statistics. 2004

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. I, №4

гл. ас. ЕЛЕНА СТАВРОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”, гр. БЛАГОЕВГРАД

ПАЗАРЪТ НА НЕДВИЖИМИ ИМОТИ – ФАКТОР ЗА УСТОЙЧИВОСТ НА БАНКОВАТА СИСТЕМА

THE STATE IN REAL ESTATES MARKET AS A FACTOR FOR A BANKS STABILITY DEVELOPMENT

Chief Ass. Prof. ELENA STAVROVA

SOUTH-WESTERN UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: The contents of the financial stability assessment involve monitoring to macroeconomic market and all outstanding volatility that can to demand sufficiently suddenly big adaptation for economic strategy market agents. Special attention pays for to financial intermediary works characterization and infrastructure who can to case his resistance and abilities financial system to overcome this challenge at his expense and own capitals, liquidity reserves, instruments to get over risks.

In context as a special measure for instability is the price situation, developing at the real estate markets.

The price growth for a 1 m 2 real estate as well as at primary as well as at secondary market is differ from as index price consumption as a financing price, interest rate for a mortgage and a inhabitants income.

Demand and proposing are dependent on real estate prices growth and the rest macroeconomics index and together under systems state banks.

All that problems are the object to research in these issues.

Key words: real estate, mortgages credit, real estate market, inhabitants' income, REMI, real estate index.

ВЪВЕДЕНИЕ

Проблемът за съхраняване на финансовата устойчивост в настояще време се явява един от най-важните както за българската, така и за световната икономика. В България самият преход на икономиката на пазарни основи привнесе в нея функционирането на нови рискове. В международен мащаб проблемът по съхраняване на финансовата стабилност

не губи своята актуалност в условията на нарастваща глобализация на световната икономика и на световните финансови пазари. В същото време целесъобразността на анализа на съществуващите заплахи и контролът за финансова стабилност са обусловени от съхраняващите се в отделни сектори на националната икономика недостатъчни конкурентни отношения, ограничена информационна прозрачност, структура