

**Иванка ДИМИТРОВА ДИМИТРОВА**



**ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА  
НА ТУРОПЕРАТОРСКАТА И ТУРАГЕНТСКАТА ДЕЙНОСТ**

**АВТОРЕФЕРАТ**

на дисертация за присъждане на образователна и научна степен ДОКТОР по научна специалност ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ (СЕЛСКО СТОПАНСТВО) в професионално направление 3.8. ИКОНОМИКА

**Научен ръководител: Доц. д-р Минко Георгиев**

**ПЛОВДИВ 2025**

Дисертационният труд е написан в 191 стандартни страници и включва увод, четири глави, заключение и препоръки, списък с използваната литература. Дисертацията е представена и с помощта на 15 таблици, 24 фигури.

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита на заседание на разширен катедрен съвет на катедра „Икономика“, Аграрен университет Пловдив, с Протокол № ДЗ - 01

Специализираното научно жури е назначено със заповед на Ректора № РД -16-1430/20.12.24 г. в следния състав:

**Рецензенти: Доц. Д-р Боряна Любчева Иванова**

**Проф. Пламена Георгиева Йовчевска**

**Становища: Доц. Д-р Ваня Кръстева Георгиева**

**Проф. Храбрин Янушев Башев**

**Доц. Д-р Ангел Станков Саров**

## УВОД

Ориентирането на туристическия отрасъл към външни пазари, особено след 1989 година, доведе до масовото въвеждане на иновативни технологии, дигитални услуги и нови форми на туристически продукти. Въпреки устойчивия ръст и положителното увеличаване на заетостта в почти всички браншове, се наблюдаваха множество проблеми. Някои от туроператорите са принудени да използват неподходящи системи за обслужване и отчитане на финансовите потоци, което води до неефективност.

Наред с описаната политическата среда, обусловена от: (1) COVID-19 и ограничаването на пътувания; (2) войната в Украйна и конфликта в Близкия изток, заради които се пренасочиха част от туристическите и свързаните с тях финансови потоци; (3) по-високи разходи за храна и гориво; (4) и следващите ги - намалени разполагаемите доходи на купувачите на туристическите услуги – дведоха до съответно свиване на пазарните обеми в отрасъла и увеличение на натиска върху обслужващите браншове, както на туроператорите и турагентите. В такава силно конкурентната и непредвидима среда възникнаха нови типове посредничество, нова правна среда, но и нови условия невинаги подходящи за потребностите на клиентите и обслужващите ги турагенти и туроператори. Тези проблеми в настоящия труд наричаме институционални.

**Основната цел на изследването** е въз основа проучване на туристическите организации да се идентифицират и оценят, правни, икономически и организационни проблеми в туроператорския и турагентския бранш.

**Предмет на изследването** са обществени отношения свързани с институциите, структурата на организациите, участниците в процесите в туроператорския и турагентски бранш, както и ефектите свързани с направените от тях разходи и някои форми на необосновано облагодетелстване познато като *търсене на рента*.

**Обект на изследване** са туроператорите и туристическите агенти, дейността им, както и свързаните с тях организации в България.

За постигане на посочената цел се изпълняват следните конкретни изследователски задачи:

*Първа задача* – обяснение на институциите, сравнение на институционалната промяна, обяснение на *ъндейта* на неокласическата икономическа теория.

*Втора задача* - адаптиране на методика за анализ и оценка на организациите и процесите в бранша; изследване на съвременните турагенти и характеристиката на тяхната дейност. последните десет години;

*Трета задача* - анализ на институциите, изследване на координационата структура на туроператорската и агентска дейност, анализ на процесите; дефиниране на туристическите агенти; определяне на особеностите и оценка на риска в процеса на туристическо обслужване.

*Четвърта задача* - измерване на транзакционните разходи и други непазарни ефекти.

*Пета задача* - предложения за промени, свързани с усъвършенстване на турператорската и турагентска дейност.

За реализирането и дефинирането на изследванията и задачите в изследователска цел са използвани комплекс от методи и подходи.

## **Глава първа - Теории от новата институционална икономика**

### **I. Теоретични аспекти на институциите, координационно-управленската структура (КСУ), транзакционните разходи**

Институционалната теория има няколко компонента, които могат да бъдат използвани за по-добро разбиране на логиката за туризма, използвайки алтернативна гледна точка. Туризмът е област, която може да бъде изследвана с помощта на Теорията на Новата институционална икономика, чрез нея могат да се анализира хомогенизацията на практики и структури в този сектор.

Институционалната логика инкорпорира в себе си анализа на *добри практики* като начин за хомогенизиране на туризма. В туризма съществуват няколко институционални елемента, например местни социални проблеми, местна култура, различни националности и култури от посещаващи туристи, дълга и разнообразна верига от организации в индустрията, правителства и религия.

William Scott (2014) идентифицира три стълба, които изграждат институциите: регулативна система, нормативна система и културно-познавателна система. При това разделение регулативната система се състои от закони и правила, чието изпълнение или не генерира награди, или санкции и нейните основни участници са държавите и агенциите. На свой ред нормативната система създава стандарти, които трябва да се следват.

**Таблица 1. Три стълба на институциите**

	Регулативна	Нормативна	Културно-познавателна
Основа за съответствие	Целесъобразност	Социално задължение	Приема се за даденост, Споделено разбиране
Основа на реда	Регулативни правила	Обвързващи очаквания	Конститутивна схема
Механизми	Принудителни	Нормативни	Мимически
Логика	Съдействие	Уместност	Православие
Индикатори	Правила, закони, санкции	Сертифициране / акредитация	Общи вярвания, Споделена логика на действие, Изоморфизъм
Чувство	Страх, вина / невинност	Срам / Чест	Сигурност / объркване
Основание за легитимност	Законно санкциониран	Морално управляван	Разбираем, разпознаваем, културно подкрепен

Източник: Scott (2014), Thornton (2012) et al.

Тази концепция описва социалните взаимодействия регулирани от нормативната рамка, съобразени с регулативната и културно – познавателната идентичност на индивидите. Съобразени с очаквания, интереси и легитимност на действията в социалния живот.

### **1.1. Същност на институциите. Институционално въздействие.**

Институциите играят ключова роля в социалните науки и икономиката, като тяхното значение варира в различни контексти. Употребата на термина има дълга история в областта на социалните науки, датираща от Giambattista Vico (1725). Въпреки това, дори и днес не е постигнат консенсус относно дефиницията на понятието.

### **1.2. Институционална промяна и развитие на икономическите системи.**

Институционалната промяна включва процес на трансформация на организационни структури, правила и практики с цел адаптиране към нови условия, подобряване на ефективността или постигане на нови цели. Понякога обаче ефекта е дуалистичен.

### **1.3. Governance structure / Координационно-управленска структура (КУС)**

Като един обективен процес икономическата интеграция намира израз във взаимното обединяване на икономическите системи и процеси, което включва стимулиране на сътрудничеството, премахване на дискриминационните бариери и намиране на механизми на взаимодействие и функциониране. Координационно-управленската структура осигурява механизъм за съвместяване на процеси и договорености, създавайки йерархия и ред.

#### 1.4. Размяна и защита на имуществените права. Режи́ми на правата на собственост

В организациите някои формални права могат да се специфицират от ръководството. Наред с формалната е възможна и безлична спецификация, в основата на която лежи всекидневната практика на икономическите агенти (обикновено тя се отнася към неформалните права на собственост, като следствие от съществуването на неформалните правила).

#### 1.5. Икономически актьори в контекста на НИЕ

От позицията на НИЕ тези процеси традиционно се разглеждат като системи от еволюиращи структури, които реагират на промени в заобикалящата среда.

Фигура 1. Институционални участници



Източник: собствена концепция

На Фигура 1 е показана взаимовръзката между всички участници в институционалната среда. Техните доброволно установени от икономическите агенти правила на обмен, правила за функциониране на пазарите, правила за взаимодействие на вътрешно йерархичните структури.

#### 1.6. Същност на транзакционни разходи (ТР). Икономика на транзакционните разходи

Класическата икономическа теория представя транзакциите като моментни събития без значителни разходи, свързани с тяхното сключване, което не отразява реалността. В резултат на това несъответствие световни икономисти са провели множество изследвания, насочени към разбиране на реалните транзакционни разходи и тяхното влияние върху икономическите процеси.

### **1.7. Пазарни и непазарни ТР. ТР за информация, пазарене, мониторинг, рационалност и опортюнизъм**

Въвеждането на концепцията за транзакционните разходи представлява значително теоретично постижение в икономическия анализ, като подчертава, че процесът на взаимодействие между участниците не е без разходен. Тези концептуални рамки предоставят основа за разбиране на разнообразните аспекти на транзакционните разходи и техните влияния върху икономическите отношения и управленските решения.

## **II. Институционални проблеми и ТОТАБ**

### **2.1. Проблемът с координацията и властта**

Съвременната теория подчертава, че несигурността в икономиката често произтича от нееднаквото разпределение на информацията, което е резултат на ограничена рационалност, сложност и опортюнизъм.

### **2.2. Проблемът с непазарните предимства и търсенето на рента**

Съвременните автори анализират проблема с търсенето на рента в многостранен контекст и стигат до извода, че то не се ограничава само до държавните дейности, собствеността или разпределението на ресурсите. Търсенето на рента може да съществува и в частни и пазарни отношения, включително при условия на конкуренция.

### **2.3. Неэффективно разпределение на правата на собственост, опортюнизъм и ТР**

Оптималното разпределение балансира между средствата за производство и променливостта на потреблението, като същевременно липса на непазарни предимства. Актьорите често предпочитат условия пред участие в международна търговия, дори когато данъците върху транзакциите са високи. Тези наблюдения подчертават необходимостта от добре обмислени политики, които балансират между минимизиране на транзакционните разходи и улесняване на ефективната търговия, за да се постигне устойчиво икономическо развитие.

### **2.4. Адаптиране на теорията към доктрината на ТОТАБ**

Институционалната уредба на туризма определя условията за управление на туристическите ресурси чрез правителствени и неправителствени органи, законодателство и регулации. Тя включва издаването на лицензии, разрешения и права за експлоатация на туристически обекти, което може да генерира приходи за държавата или местните общности.

Преразпределението на имуществени права в туризма се осъществява чрез различни механизми като такси за експлоатация и инвестиции в туристическа инфраструктура.

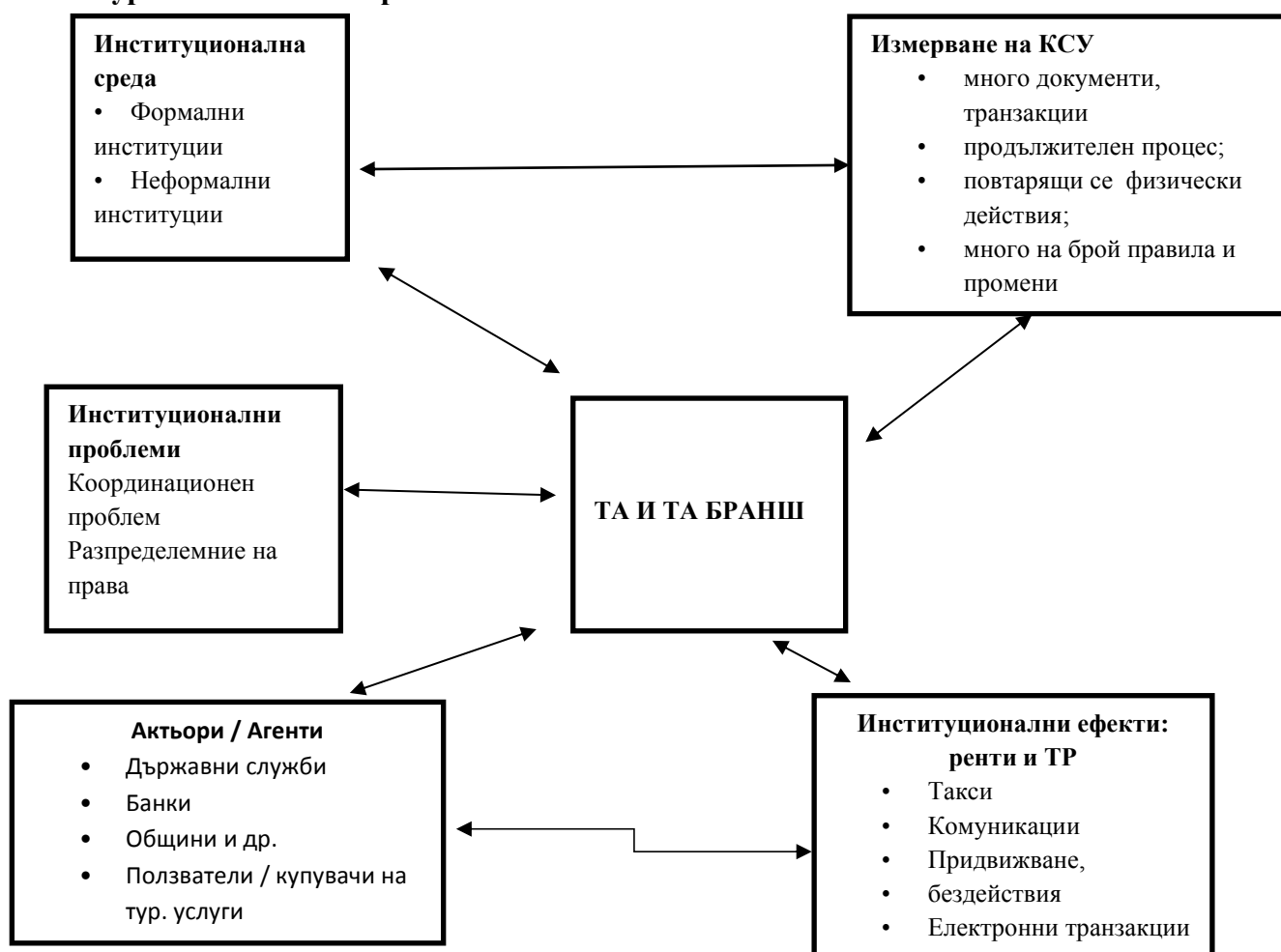
## ГЛАВА ВТОРА - МЕТОДИЧЕСКИ ПОДХОД ЗА АНАЛИЗ НА ТОТАБ

В тази част следва да се опишат и изяснят използваните методи, за да се обоснове връзката между теоретичната и конструктивната част на изследването. Настоящата аналитична рамка е базирана върху концепцията на координационно-управленска структура на Williamson (1996) относно интеграция на институционалните параметри за изследване на въздействието на институционалната среда чрез взаимодействието между институционалните фактори.

### 1. Аналитична рамка

Аналитичната структура показва графично логиката на изследването. В централната част на фигурата е поставена туристическата организация. Тя е в пряка зависимост от правната система, икономическата ситуация и участниците в договорните процеси. Те от своя страна са в непрекъснато взаимодействие, тъй като обуславят конкретни институционални ефекти.

Фигура 2. Аналитична рамка



Източник: собствено концепция



## **2. Методология**

1. Чрез проследяване на промените при формалните институции следва да направим изводи от нормативен характер за адаптацията на институционалните актьори.
2. Формулирането на хипотези ще ни покаже някои от възможните алтернативи.
3. Кумулативният характер на социалните процеси следва да доведе до необходимост от измерването на процесите при ТО и ТА, чрез дискретно - структурен анализ на КСУ.
4. Някои от изводите за системата се основават, чрез измерване ползите за определени актьори от ТО и ТА бранш.
5. Използване на статистически методи за оценка.
6. Измерване ТР по актьори и дейности.
7. Измерване на ефекти(търсене на рента)
8. Нормативни подходи за синтез и изработване на сценарии (препоръки) за конструктивната част.

## **3. Анализ на формалните институции в ТОТАБ**

В изследването се прилагат статистически методи за събиране на данни от институционални системи и регистри, както и резултати от проведени наблюдения. Използват се и предходни многократни наблюдения на процеси и обекти за генериране на първични данни, необходими за статистическия анализ.

## **4. Изследователски хипотези**

Основната хипотеза има за цел да открие връзката между различните променливи. Ако се оцени нивото на транзакционните разходи породени от институционалната среда, могат да се разкрият възможности за усъвършенстване на пазара на туроператорския бранш.

**Таблица 2. Изследователски хипотези**

<b>Основна хипотеза</b>	
H0	Институционалното въздействие върху ТОТАБ води до високи разходи и търсене на ренти.
<b>Допълнителни хипотези</b>	
<b>Хипотеза за институционалните промени</b>	
H1	Непрекъснатите промени в законодателството на туристическия бранш водят до високи транзакционните разходи.
<b>Хипотеза за участниците</b>	
H2	Високият брой на участниците води до повишаване на търсенето на рента
<b>Хипотеза за информационна асиметрия</b>	
H3	Барьерите пред информационните потоци водят до високи транзакционни разходи
<b>Хипотеза за правата на собственост</b>	
H4	Правата в полза на актьорите които координират и регулират ТОТАБ са така разпределени, че водят до повишени нива на търсене на рента
<b>Хипотеза за транзакционни разходи</b>	
H5	Механизмите на координационната структура създават условие за високи транзакционни разходи

Източник: собствена концепция

### **Основна хипотеза**

**H0:** Институционалното въздействие върху туроператорския и турагентския бранш често води до повишени административни и оперативни разходи, което от своя страна стимулира процеса на търсене на ренти.

### **Хипотези за институционалните промени**

**H1:** Съществуват различни подходи за изследване на причините и източниците на институционалните промени. Veblen (1899) вижда причините за институционалното развитие в склонността на човек към *безсмислена, непрагматична творческа дейност и експериментиране*, което той нарича *кухо любопитство* и което според него е основната причина за социалните, научните и технологичните промени.

## **Хипотези за участниците**

**H2:** Големия брой на туроператорски фирми води до по-високи ренти в сектора. Тази хипотеза е свързана с участниците. Всяка законова промяна следва да рефлектира върху броя на участниците в договора.

## **Хипотеза за информационна асиметрия**

**H3:** Асиметричната информация е сред главните движещи сили на социалните, икономическите и политическите процеси. При нея двете страни в комуникационния акт не са еднакво информирани по дадена тематика.

## **Хипотеза за правата на собственост**

**H4:** Тази хипотеза е свързана с правата на собственост. Тя обяснява връзката между промените в законодателството и повишаването на степента на защита на собствеността, чрез нови права на пазара на туристическия сектор.

## **Хипотеза за транзакционни разходи**

**H5:** Транзакционните разходи влияят на конкурентоспособността на туризма. Според Tremblay (1998), доказателствата за степента на тези разходи и потенциалните модератори са оскъдни.

## **5. Дискретно-структурен анализ (ДСА)**

Анализът съчетава институционалната икономика с аспекти на договорното право и теорията на организацията, за да идентифицира и обясни ключовите разлики. Те разграничават три общи форми на икономическа организация - пазар, хибрид и йерархия. Показано е, че икономически ефективният избор на организационна форма варира систематично в зависимост от различията на транзакциите.

## **6. Идентификация на използваните променливи**

В методически етап на дисертацията е показан начинът на използване на събраната емпирична информация. Синтетичните променливи, които са 14 на брой са преобразувани от декомпозираните елементи на институционалната среда.

**Таблица 3. Промениви**

№	Промениви	Дефиниция	мярка
1	законови промени	общо промени през годината	брой
2	участници –клиенти	ползватели на услуги предоставени от ТО/ТА	брой
3	участници – собственици на ТО	предлагащи услуги собственици на ТО/ТА	брой
4	участници - администратори	участници в административния процес	брой
5	Документи	договори, анекси в електронен или хартиен вид	брой
6	транзакции за такси	действия по конкретни плащания	брой
7	транзакции за придвижване и бездействие	действия свързани с повторни посещения	брой
8	транзакции за информация	действия за набавяне на информация	брой
9	общо транзакции	всички транзакции за документи, такси, плащания	брой
10	общо участници	всички участници в договора	брой
11	първоначални транзакционни разходи	разходите в (ex - ante) част на договора	лева
12	последващи транзакционни разходи	разходите в (ex - post) част на договора	лева
13	разходи за информация и договаряне	разходи за набавяне на информация	лева
14	разходи за бездействие и придвижване	опортюнистични разходи	лева

Източник: собствена концепция

## 7. Измерване на транзакционни разходи

Измерването на транзакционните разходи в туризма, свързани с документите за регистрация, обхваща разходите и усилията, които участниците в туристическата индустрия понасят поради административните процедури.

**Таблица 4. Методика за измерване на транзакционните разходи в ТО и ТА бранш**

е за туроператорс ка и/или агентска дейност	на заявлението	съпътстващи документи	услугите на адвокат	вписване в регистра	Нотариални такси	време	транспорт	куриер	комуникация	такса КЕП	Общо в лева
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
<b>ТО</b>											
2 На гише											
4 По пощата											
5 Електронно чрез КЕП											
<b>ТА</b>											
2 На гише											
4 По пощата											
5 Електронно чрез КЕП											
<b>ТО/ТА</b>											
2 На гише											
4 По пощата											
5 Електронно чрез КЕП											

Източник: собствено изследване

Според закона за туризма за издаване на удостоверение за регистрация за туроператорска или турагентска дейност са необходими набор от документи. На таблица 4 са направени измервания на ТР в лева при издаване на удостоверения за ТО или ТА.

Част от разходите са измерени обективно тъй като са установени предварително. Те представляват цената на услугата според законодателството. В графи В, Е са записани задължителните такси според ЗТ, останалите са вариращи според тарифите на куриерските фирми, на адвокатите, на нотариусите. Сумата за време е относителна и е измерена според средната заплата в бранша. Таксата в графа К също може да варира спрямо регистрацията на юридическото или физическото лице.

Тъй като в бранша има три вида удостоверения за регистрация то крайната форма може да се разгледа по етапно. Например за издаване на удостоверение само за ТО дейност и подаване на документите *на гише* общата сума е сбора от В+С...+F като това са задължителните такси и към тях се прибавят цифрите от графи G+H+J . Сбора от всички определя крайната L графа, което дава резултата в лева за измерването на TP. При същото удостоверение, само че при подаване по пощата към сумата прибавяме и разходите за куриер /графа I/. Но тук ще намалим разхода за време, тъй като се предполага, че се съкращава времето от висене по опашки.

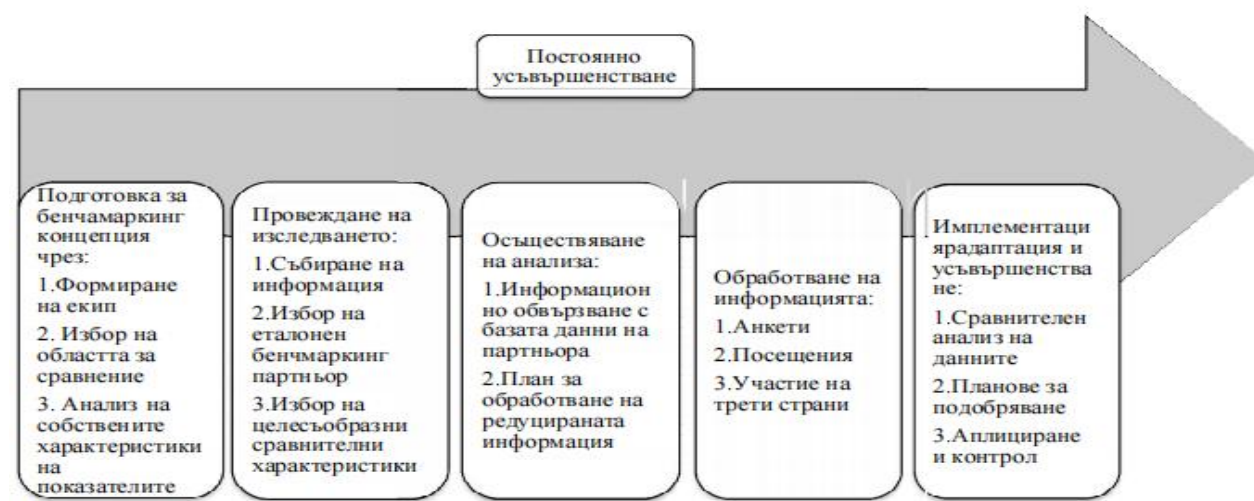
## 8. Нормативни подходи, методи за решаване на институционални проблеми

Ефективното решаване на институционалните проблеми в туроператорския бранш изисква комбинация от нормативни промени, повишен регулаторен контрол и въвеждане на добри индустриални практики.

## 9. Бенчмаркинг за установяване на проблеми и решаване на проблеми

Бенчмаркингът в туроператорския бранш включва три вида: на процеса, на представянето и стратегически. Той анализира и сравнява операции, резултати и стратегии, за да подобри ефективността, иновациите и конкурентоспособността чрез внедряване на добри практики и непрекъснат мониторинг.

### Фигура 4. Фази на бенчмаркинга в туризма



Източник: собствено проучване

### Методология на бенчмаркинга в туризма като специализиран подход за решаване на проблеми.

Основата за оценяване на стратегически развиващите се туристически предприятия се изгражда от три основни изисквания и характеристики:

- стратегическа позиция в региона
- туристическа привлекателност за заинтересованите клиенти

- и осъществимост на стратегията

Бенчмаркингът в туроператорския бранш представлява стратегически процес за сравнение и анализ на операциите, услугите и стратегиите на различни туроператори с цел идентифициране на най-добри практики и стандарти. Целта е подобряване на конкурентоспособността и ефективността на туроператорските компании чрез усвояване на успешни стратегии и методи.

## 10. Сравнителен анализ на ренти и други ефекти

Сравнителният анализ на рентите в туроператорската дейност изследва динамиката на институциите и институционалната промяна чрез разглеждане на влиянието на законодателните промени върху икономическата активност и пазарните отношения. Този процес включва няколко ключови аспекта: Законодателни промени и регулации, пазарни отношения, адаптация на участниците в процесите, търсене на рента, икономически ефекти, социални и потребителски ефекти и стратегически подходи и препоръки.

# ГЛАВА ТРЕТА - Анализ на институции, КСУ и ефектите в ТОТАБ

## I. Институционални проблеми в туризма и ТОТАБ

### 1.1. Световен туризъм. Посредничество и ТОТАБ

Съвременният туризъм е тясно свързан с развитието на икономиката и обхваща все по-голям брой нови дестинации. Тази динамика превърна туризма в ключов двигател за социално-икономическия прогрес.

В таблиците по-долу е показан общия принос на туризма за БВП за избрана страна, изчислени в милиарди щатски долари през периода 2017 до 2021 г. като % от БВП.

**Таблица 5. Сравнителен анализ на БВП в сектор туризма по държави**

Съединени щати

година	2017	2018	2019	2020	2021
като % от БВП	2,6	2,9	3,1	1,54	2,15

Източник: собствено изследване

Китай

година	2017	2018	2019	2020
като % от БВП	9,5	11	7,3	4,5

Източник: собствено изследване

**Испания**

година	2017	2018	2019	2020	2021
като % от БВП	11,8	13,5	12,4	5,5	8

Източник: собствено изследване

**Япония**

година	2017	2018	2019	2020	2021
като % от БВП	2	2,2	7,3	3,5	0,23

Източник: собствено изследване

**Румъния**

година	2017	2018	2019	2020	2021
като % от БВП	2,8	5,3	5,3	5,2	2,9

Източник: собствено изследване

**България**

година	2017	2018	2019	2020	2021
като % от БВП	12,8	11,7	11,3	3,7	2,55

Източник: собствено изследване

В таблицата е показан общия принос на туризма за БВП за избрана страна, изчислени в милиарди щатски долари през периода 2017 до 2021 г. като % от БВП. Посочени са значителни тенденции за покачване на размера на туристическите дейности в икономиката.

**1.2. Институционална същност на посредничеството при различните видове туризъм**

Посредничеството в индустрията на туроператорите се отнася и до процеса на премахване на ненужни пречки пред канала за дистрибуция и директно свързване на клиентите със самата услуга. С нарастването на интегрираните платформите за онлайн резервации и уебсайтовете, ТО и ТА предоставят на потребителите пътувания, редуцирайки проблемите им, осигурявайки бързина, спестявайки им време и загуби. Тази им същност оформя не само начина, по който пътуващите снижават общите разходи за получените услуги, но и начин, по който повишават удобството и ефективността на своя избор. Друга причина за нарастването на посредничеството в индустрията на туроператорите е удобството и прозрачността, съчетани с бързината, която се предоставя на потребителите.



**Фигура 5. Институционални предпоставки и ефекти**



Източник: собствено проучване

На Фигура 5 са описани институционалното въздействие при създаването на различни икономически ефекти. Предпоставките и последствията при промените в технологиите, политическата обстановка, нагласата на потребителите и тяхната адаптация.

Налице са предпоставки за заобикаляне на традиционните турагенти известно още като *диспосредничество*.

**Таблица 6. Сравнителна таблица за аргументи *против* и *за* диспосредничество**

Аргументи за диспосредничеството	Аргументи против диспосредничеството
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ТА обичайно добавят много малко стойност към туристическия продукт, действат като букинг офис;</li> <li>• ТА само управляват информацията и правят резервациите;</li> <li>• ТА са пристрастни към любимите си принципали, които са с по-високи комисионни и дълготрайни партньори;</li> <li>• Опитните туристи понякога са по-компетентни от турагентите;</li> <li>• Посещението при турагент е неудобно, отнема време и е ограничено в рамките на работно време;</li> <li>• Комисионната на ТА повишава цената на продукта;</li> <li>• Персонала на ТА понякога е неадекватно обучен и неопитен;</li> <li>• Постепенно нарастват независимите почивки;</li> <li>• Технологиите позволяват на потребителите да поемат много от функциите от удобното си кресло;</li> <li>• Електронните ТА предлагат гъвкавост и богат избор;</li> <li>• Определени специализирани Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ТА са професионални туристически съветници и предлагат ценни услуги и съвети;</li> <li>• ТА използват експерти за спестяване време на потребителите;</li> <li>• Технологията е трудно да се използва и скъпа за индивидуално придобиване;</li> <li>• Голяма част от пазара е компютърно-неграмотен и нежелаят да подобряват своите умения;</li> <li>• Развитието в посока усложняване на компютрите и Интернет води до това че много хора се нуждаят от специалист за да ги използват;</li> <li>• Турагентите дават безплатни консултации и добавят стойност чрез предоставяне на съвети;</li> <li>• Електронните посредници основно обслужват бизнеспазара и са по-скъпи;</li> <li>• ТА могат да постигнат по-добри цени чрез точните канали и сделки за големи количества или чрез обединения;</li> <li>• ТА предлагат персоналност и внасят отношение чрез него в индустрията;</li> <li>• ТА намаляват несигурността при пътуванията, отговаряйки за уреждането на пътуването;</li> <li>• Интернет транзакциите не са все още сигурни и надеждни.</li> </ul>

**Източник:** Адаптирано по Buhalis, D. (2003)

Диспосредничеството в индустрията на туроператорите се отнася до процеса на премахване на посредниците в канала за дистрибуция и директно свързване на клиентите с доставчиците на услуги.

### **1.3. Особенности на разпределение на имуществените права при туристическо посредничество**

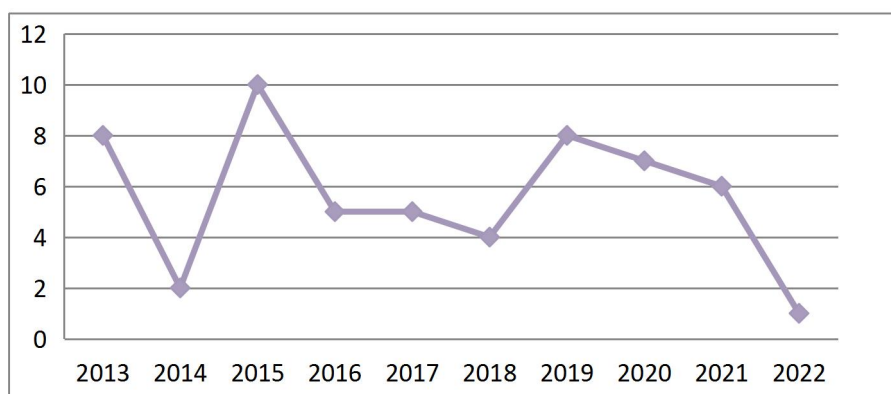
Разпределението на имуществени права в туристическото посредничество се осъществява чрез сложни договорни отношения между туроператорите и доставчиците на услуги като хотели, авиокомпании и други. Туроператорите играят ключова роля в комбинирането на

различни туристически услуги в пакетни оферти, което улеснява пътуванията за клиентите и ги освобождава от разходи и транзакции.

#### **1.4. Европейска и национална правна рамка с отношение към туристическия сектор и в частност посредническата дейност в туризма**

Европейската и националната правна рамка относно туристическия сектор, и по-специално посредническата дейност в туризма, е сложна структура от регулации, насочени към осигуряване на защита на потребителите, прозрачност на сделките и регулиране на взаимоотношенията между различните участници в индустрията. Тези рамки имат за цел да създадат баланс между интересите на туристическите предприятия, посредниците и крайните потребители.

**Фигура 6. Помени в наредбите в ЗТ и свързаните с него институции**



Източник : собствено изследване

На Фигура 6 са показани промените в наредбите в Закона за туризма свързани с туристическите организации. Разгледани са брой промени от 2013 г. до 2022 г.

#### **1.5. Анализ на КСУ. Финансови и икономическите механизми в ТОТАБ**

Европейският съюз и неговите държави-членки предприеха редица мерки с цел да намалят икономическите последици от пандемията на COVID-19. Конкретните действия, предприети за подкрепа на икономическото възстановяване, включват:

- Планът на ЕС за възстановяване Next Generation EU, който представлява фонд за възстановяване с общ размер от 750 милиарда евро.
- Временна подкрепа за работниците, с цел да се запазят работните места и да се предостави финансова помощ на тези, които са били засегнати от кризата.
- Промени в бюджета на ЕС, с цел да се решат наложителни въпроси и да се осигури необходимата финансова подкрепа.

- Пренасочване на средства от ЕС, за да се помогне на най-засегнатите държави-членки.
- Подкрепа за най-засегнатите сектори на икономиката.

**Таблица 7 . Общ брой промени на институции през периода 2005-2021 г.**

№	Идентификация	Формални институции (регулации, схеми, мерки)	Поправки 2005-2021
<b>Законо</b>			
1	КРБ	Конституция на Република България	1
2	ТЗ	Търговски закон	47
3	ЗТР	Закон за търговския регистър	28
4	ЗМДВИП	Закон за мерките и действията по време на извънредното положение, обявено с решение на Народното събрание от 13 март 2020 г., и за преодоляване на последиците (Загл. доп. - ДВ, бр. 44 от 2020 г., в сила от 14.05.2020 г.)	18
5	ЗЕДЕП	Закон за електронния документ и електронния подпис	10
6	ЗЕС	Закон за електронните съобщения	59
7	ЗТ	Закон за туризма	11
8	ЗУЕСИФ	Закон за управлението на средствата от Европейските структурни и инвестиционни фондове	10
<b>Нормативни актове: наредби, тарифи, правилници</b>			
9	Н-16	Наредба № 16-1399/11.10.2013 г. за изискванията към местоположението, пригодността и оборудването на помещенията за извършване на туроператорска и/или туристическа агентска дейност и за образованието, езиковата квалификация и стажа на персонала	1
10	Н-261	Наредба № 261 от 13.07.2006 г. за общите правила за обезщетение и помощ на пътниците при отказан достъп на борда и при отмяна или дълго закъснение на полети	1
11	Н-18	Наредба № 18 от 13 декември 2006 г. за регистриране и отчитане на продажбите в търговските обекти чрез фискални устройства, изискванията към софтуера за управлението им и изискванията към лицата, които извършват продажби чрез електронен магазин (Загл. изм., ДВ бр. 80/2018)	34
12	П-57	Постановление № 57 от 28 март 2017 г. за приемане на Наредба за идентифициране на нередности, основания за финансови корекции и процентни показатели за определяне на размера на финансовите корекции по Закона за управлението на средствата от Европейските структурни и инвестиционни фондове	1
13	Н-ТРД041	Наредба № Т-РД-04-1 от 22 януари 2021 г. за реда за предоставяне на лица, извършващи туроператорска и туристическа агентска дейност, за компенсиране на загуби поради епидемичната обстановка от COVID-19	1
14	Н-ДУ	Наредба за детските и ученическите туристически пътувания	1
15	П-55	Постановление № 55 от 30 март 2020 г. за определяне на условията и реда за изплащане на компенсации на работодатели с цел запазване на заетостта на работниците и служителите в извънредно положение, обявено с решение на Народното събрание от 13.03.2020 г.	2
16	ТН	Тарифа за нотариалните такси	2
17	ТА	Тарифа за адвокатските такси	9
18	ТТ	Тарифа за таксите по Закона за туризма	7
19	ТТР	Тарифа за таксите, събирани от Агенцията по вписванията	11
<b>Мерки/Механизми</b>			
20	М 60/40	Компенсация на работодатели с цел запазване на заетостта на работниците и служителите	-
21	БГ-176789478-2021-02	Схема за държавна помощ за туроператори, използващи въздушни превозвачи с валиден оперативен лиценз за извършване на чартърни полети до Република България за туристически цели	-
22	БГ16РФОП002-2.092	Схема за подкрепа на фирми, регистрирани по Закона за туризма като туроператор или туристически агент, за преодоляване на икономическите последици от пандемията COVID-19	-
23	БГ-176789478-2021-03	Схема за безвъзмездна помощ за лица, извършващи туроператорска дейност, за възстановяване на суми, дължими на клиенти за нереализирани пътувания в периода от 01.03.2020 г. до 31.12.2020 г. поради избухването на COVID-19	-
24	БГ-176789478-2021-05	Схема за подкрепа на фирми, занимаващи се с туроператорска дейност - фирми, засегнати от спада в оборота без ДДС през 2020 г.	-
25	ММФ	Мярка „Подкрепа за малки и средни предприятия за преодоляване на икономическите последици от пандемията COVID-19“. По Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ (ОПИК)	-

Източник: Информацията е адаптирана от изследване с лично участие (Georgiev, Ivanova and Dimitrova, 2024)

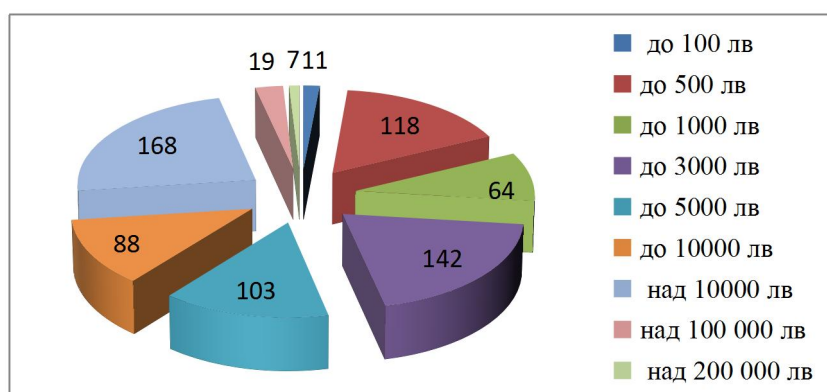
Друг краткосрочен инструмент за спешна подкрепа на бизнеса, приет от Правителството на 01.07.2020 г., включва Постановление за условията и реда за изплащане на средства на работодатели с цел запазване на заетостта след периода на извънредно положение и епидемична обстановка.

**Таблица 8. Разпределение на средства на брой фирми спрямо оборота**

до 100 лв	до 500 лв	до 1000 лв	до 3000 лв	до 5000 лв	до 10000 лв	над 10000 лв	над 100 000 лв	над 200 000 лв
11	118	64	142	103	88	168	19	7

Източник: собствено проучване

**Фигура 7. Разпределение на средствата в графичен вид**



Източник: собствено проучване

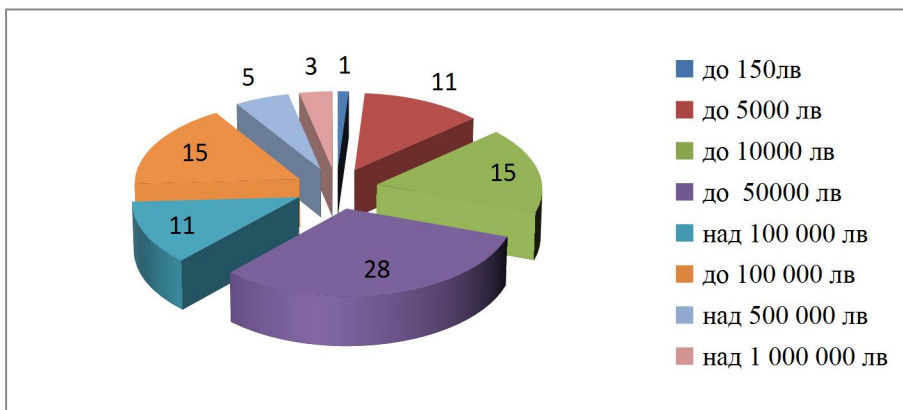
На Таблица 9 са показани разпределението на средствата отпуснати по процедурата. Има туроператорска фирма, която е получила най- малката сума от – 51.71 лв., което означава, че през миналата година е имала оборот от 5171 лв.

**Таблица 9. Разпределение на средства на брой фирми спрямо оборота**

до 150 лв	до 5000 лв	до 10000 лв	до 50000 лв	над 100 000 лв	до 100 000 лв	над 500 000 лв	над 1 000 000 лв
1	11	15	28	11	15	5	3

Източник: собствено проучване

**Фигура 8. Разпределение на средствата в графичен вид**



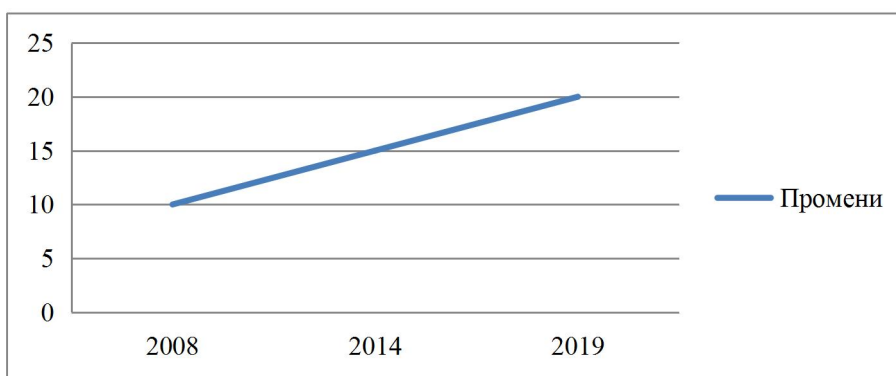
Източник: собствено проучване

На Фигура 8 е показано разпределението на средствата за помощ на туроператорите в България, като най-малката сума от плащането е в размер на 150 лева, докато най-голямата може да достигне над 1,3 милиона лева.

### 1.6. Институционални и технологични трансформации в ТОТАБ

Поради сложността на софтуерните продукти за управление на продажбите (СУПТО), значителна част от проблемите не се дължат на регистрирането на плащанията, а на общия бизнес процес. Промените в софтуера, които не са свързани директно с приемането на плащания, подлежат на строг контрол от финансовите институции. Такива процеси често създават допълнителни предизвикателства за бизнесите, особено в отрасли като туризма и услугите.

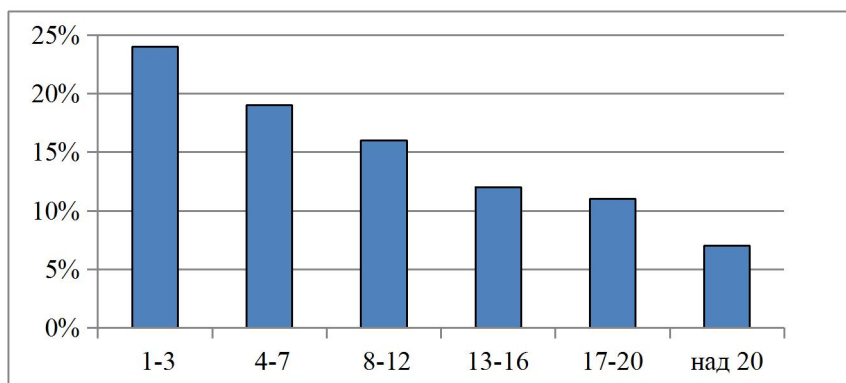
**Фигура 9. Разпределение на средствата в графичен вид**



Източник: собствено изследване

На Фигура 9 са показани какъв процент ще са допълнителните разходи при различните фирми от туристическия бранш при внедряване на системата. При най-малките фирми разходите ще достигнат до 25% от оборота, което е най-високият процент. При по-големите компании, обаче, поради икономии от мащаба, тези разходи са значително по-ниски и варират между 7% и 8% от общата им дейност.

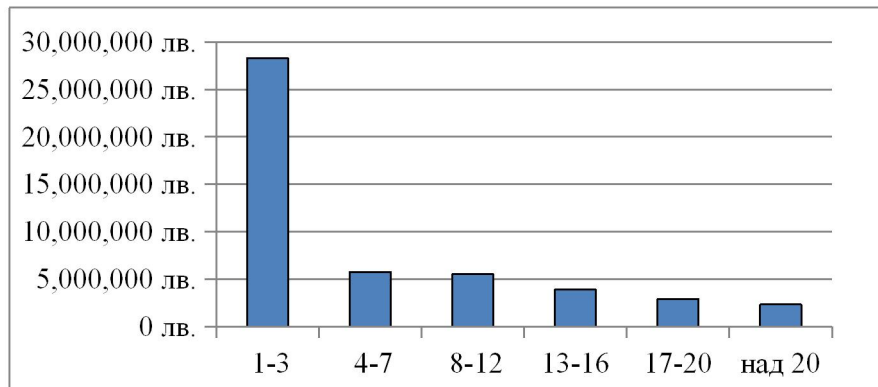
**Фигура 10. Разходите като процент от дейността при внедряване на СУПТО (според големината на фирмите)**



Източник: собствено изследване

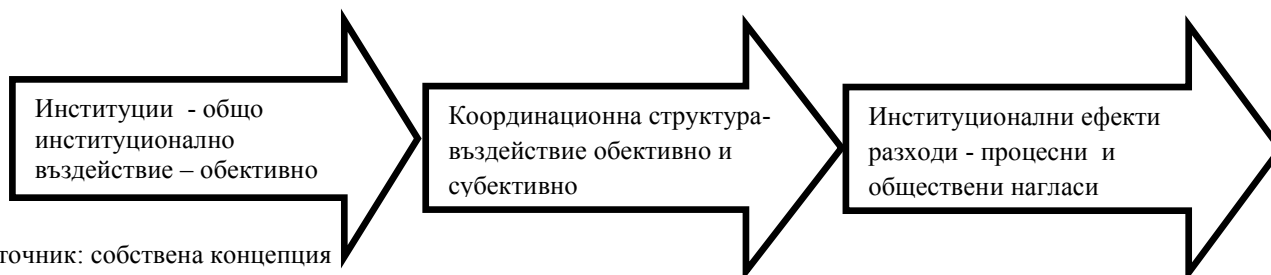
На Фигура 10 са показани похарчените средства за една година според големината на фирмата. Като най-значителен разход естествено са направили фирмите с най- голям оборот. Следователно – при все повече допълнителни разходи за една малка фирма ще доведе до неизпълнение за поетите договори, до съкращаване на персонала и свиване на текущите задължения.

**Фигура 11. Разходите похарчени за една година за внедряване на новата система – според големината на фирмата**



Източник: собствено изследване

**Фигура 12. Съответствието на Н-18 с правните принципи**



Източник: собствена концепция

Фигура 7 показва доколко *H-18* е в съответствието с правните принципи и незаконосъобразността на правния акт. Установяват се бариерите пред интеграцията на икономическите субекти като се описват пречките пред протичане на информацията. Идентифицират се ненужните действия и бездействия на субектите. Измерват се пазарните и непазарните разходи.

## II. Институционални проблеми на ТОТАБ за периода (2000 г. – 2023 г.)

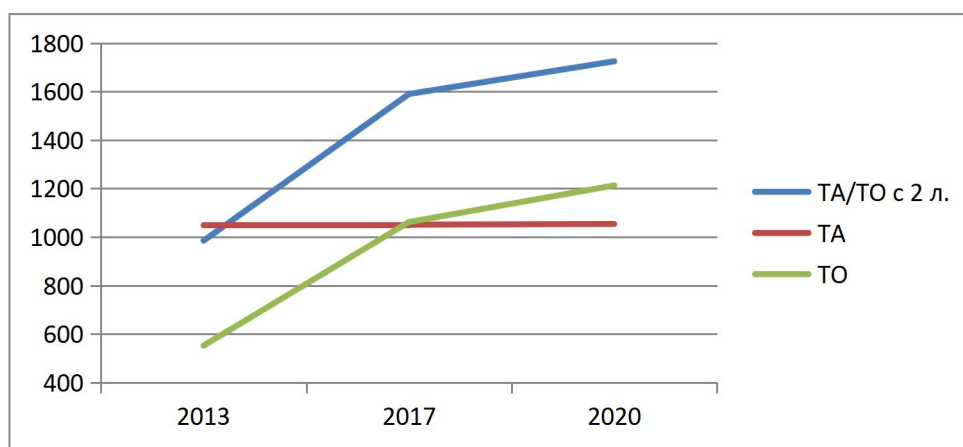
### 2.1. Предизвикателствата пред туроператорската дейност в България

Недостатъчната координация между държавните институции, местните органи и туристическите сдружения затруднява интегрираното развитие на туризма. Без ефективно сътрудничество, туроператорите не могат да се възползват от потенциала на страната за привличане на по-високоплатежни туристи и за развитие на разнообразни туристически продукти, които да отговорят на съвременните изисквания на пазара.

### 2.2. Анализ на институционалната адаптация в ТОТАБ

Нарастващият брой изследвания на връзката между институционалната среда и туризма показват, че качеството на институциите е важен фактор за привличане на туристи, което впоследствие повишава икономическото развитие. От емпиричните проучвания се доказва, че качеството на институциите е също толкова важно при избора на различните дестинации, колкото и другите икономически фактори, т.е. обменен курс, състояние на развитие, туристически дестинации, съоръжения и т.н.

Фигура 13. Регистрирани ТО и ТА през периода 2013-2020 г.

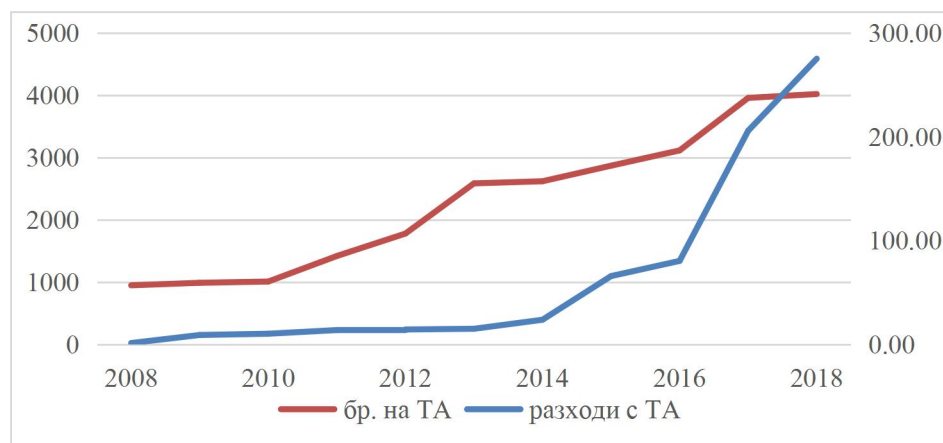


Източник: собствено проучване



Промяната в законодателството и фиска допълнително усложняват процеса на съществуване. Големите инвестиции и вложения понякога не са достатъчни за да се задържи една фирма на пазара. В същото време конкуренцията в туристическата индустрия е висока и търсенето на услугите на туристическите агенции естествено пада в условията на криза.

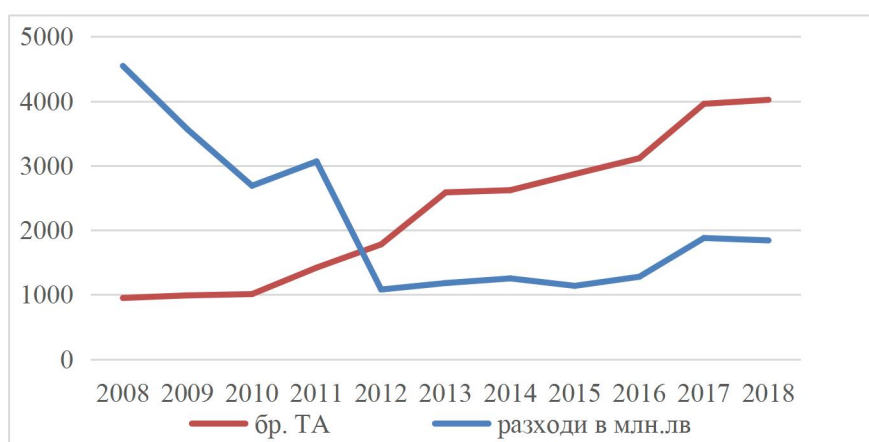
**Фигура 14. Разходи за услуги свързани с ТО и ТА / в мил. лв. спрямо броя на туристическите фирми**



Източник: собствено изследване

На Фигура 14 са изобразени два ключови показателя за туристическия сектор в България за периода от 2008 г. до 2018 г.: Червената линия е броя на туристическите агенции (ТА), който се увеличава постепенно от 2012 г. нататък. В началото на периода (2008 - 2012 г.) броят на агенциите остава относително стабилен, но след това се наблюдава значително увеличение. Налице е икономически необяснена ситуация за увеличаване броя на туристическите фирми при свиване на платежоспособността на ползвателите на предлаганите услуги.

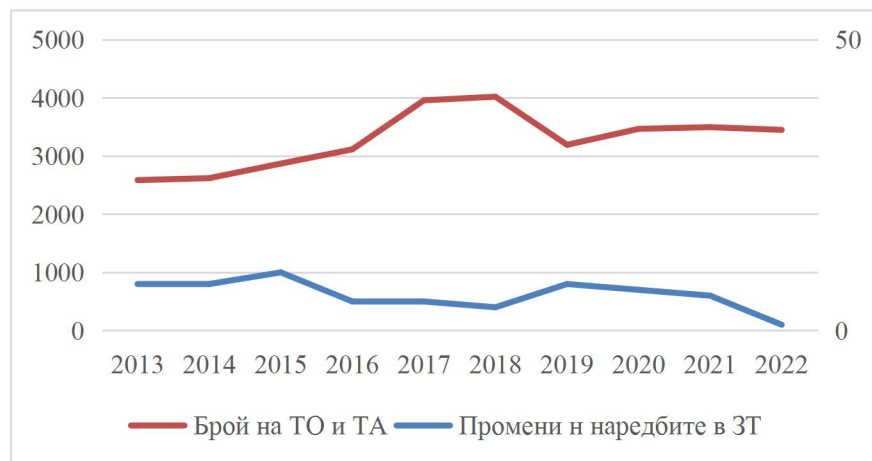
**Фигура 15. Разходи (вкл. туристически пакети за чартърни програми ) за туристически пътувания/ в млн.лв/ спрямо броя на туристическите агенции в периода от 2008 г. до 2018 г**



Източник: собствено изследване

На Фигура 15 са изобразени два ключови показателя за туристическия сектор в България за периода от 2008 до 2018 г.: Червената линия е броя на туристическите агенции (ТА), който се увеличава постепенно от 2012 г. нататък. Синята линия показва разходите за туристически пътувания (включително за чартърни програми) в милиони лева. Тези разходи са по-високи в началото на периода (2008 г.), но спадат рязко до 2010 г.

**Фигура 16 . Броя на туристическите фирми и промените в ЗТ в периода от 2013 до 2022 г.**



Източник: собствено изследване

На Фигура 16 е изобразено броя на туроператорските фирми спрямо броя на промените в наредбите в ЗТ. В периода от 2013 г. до 2022 г. са направени общо 56 промени касаещи основно туристическите агенции.

**Таблица 10. Показатели от отчета за приходи и разходи на нефинансовите предприятия от туристическа агентска и туроператорска дейност, съставляващи баланс (хил.лв.)**

показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2012 г.	2017 г.
Нетни приходи от продажби	612609	612609	607637	697008	697008	771000
Приходи от оперативна дейност	625619	625619	621372	722061	72206	801000
Общо приходи	666753	666753	629141	735888	735888	876000

Източник: собствено изследване

През периода 2020-2022 г. въпреки създаването на нови правила много туристически агенции не успяха да преодолеят промените и поради липса на финансови постъпления фалираха или замразиха дейността си.

### 2.3. Рискове при различните типове посредничеството в туроператорския бранш

Различните типове посредничество в туроператорския бранш носят специфични рискове, които могат да повлияят на бизнеса. Ето основните рискове, свързани с различните модели на посредничество: Финансови рискове, Регулаторни рискове, Рискове свързани с качеството на услугите, Технологични рискове, Рискове свързани с клиентските предпочитания и Рискове свързани с глобални събития.

**Таблица 11. Основните различия между туроператор и турагент**

<b>Туроператор</b> Търговец на едро (хибрид)	<b>Турагент</b> Търговец на дребно
Той е предприемач и посредник	Чист посредник
Купува услугите от свое име и за своя сметка	Продава услуги от свое име за чужда сметка
Създава собствен продукт	Пласира на пазара чужд продукт
Основен източник на доход е продажбата на собствен продукт	Основен източник на доход е комисионната
По правило няма пряк контакт с клиента	Има пряк контакт с клиента
Локализацията не е определяща за успеха на продажбите	Локализацията е особено важна за успеха на продажбите
Основна функция – организаторска	Основна функция – посредническа
Промоционалната функция е силно изразена	Има силно изразена комерсиално-пропагандна функция

Източник: собствено проучване

### 2.4. Адаптация и интеграция на дейността на ТО и ТА

Адаптацията на туроператорите и туристическите агенти в съвременния туристически сектор е важна тема, свързана с развитието на технологичните промени и очакванията на потребителите. Съвременното значение на ТО и ТА като част от туристическата дистрибуционна система еволюира значително под влияние на информационните и комуникационните технологии. Масовото използване на интернет, увеличената роля на онлайн посредници и директните продажби към крайни клиенти промениха традиционния модел на продажби в туризма.

## 2.5. Същност, роля и особености на ТО и ТА

### Ролята на ТО и ТА в отрасъла и същността на икономическите процеси

Основната роля на туристическия агент е да осигури удобен и достъпен начин за крайните клиенти да закупят туристически услуги, като резервиране на почивки, транспорт и предоставяне на информация и консултации. Потребителите все още разчитат на турагентите заради техните експертни знания, обективни мнения и умения за осигуряване на ефективни сделки и конкурентни цени. Въпреки това, съвременните условия на пазара принуждават турагентите да се борят за оцеляване, поради ниските нива на печалба. За да останат конкурентоспособни, те често предлагат разнообразие от услуги, но това понякога влияе на тяхната обективност в препоръките.

**Таблица 12. Предимства и недостатъци на туроператорската дейност**

печелят доверието на клиента при позната и утвърдена търговска марка	следи за цялостната организация
разширяват достъпа до потенциални клиенти	носи изцяло отговорността за промени по предложените програми
реализират продажби на допълнителни услуги	необходимост от специализирани програми за обучение в процеса на работа
гарантират правилно управление на резервациите	намаляване на доходността поради комисионни предоставени на посредниците
улесняват взаимодействията клиенти-доставчици	текучество на персонал

#### за туристическата индустрия

ПРЕДИМСТВА	НЕДОСТАТЪЦИ
------------	-------------

#### за индивидуалните потребители

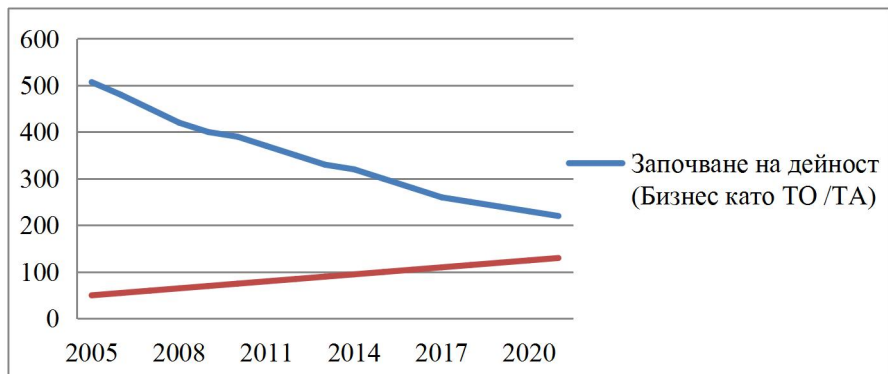
предлагат разнообразни продукти от много организатори, за различни дестинации	некоректно информиране на клиента за свободни продуктови наличности
предлагат оферти и услуги на преференциални цени	фокусиране на предлагането върху услуги с по-висока комисиона
гарантират изпълнение на договорености по заявки и резервации	невъзможност за резервиране на продукти, предлагани от организатори и доставчици само за директна продажба
подпомагат, насърчават и улесняват избора на услуги	заплащане на допълнителни такси за обслужване

Източник : собствено изследване

Законодателството на страната въвежда нови, множество правила в ТОТАБ, които биваха многократно променяни и продължават да бъдат поправяни по време на извънредната

обстановка. Те помогнаха на едни играчи по-лесно да се приспособят, а на други да се объркат. На практика това позволи на по-големите играчи в туристическия бранш да се облагодетелстват за сметка на по-малките и доведе до състоянието на бранша и браншовите пазари показано по-горе.

**Фигура 16. Брой стартиращи и приключващи дейността си ТА и ТА (2005-2021 г.)**



Източник: Собствено изследване адаптирано от (Georgiev, Ivanova and Dimitrova, 2024)

Фигура 16 показва намаляването на броя на започващите дейност актьори ТО и ТА през годините и увеличаващият се брой на такива, които приключват дейността си (бизнеса си).

## 2.6. Институционални актьори. Коопериране и хибридни организации в ТОТАБ

Институционалните посредници в дейността на туроператорите играят ключова роля в координацията и регулирането на туристическата индустрия. В България тези посредници включват различни организации, които работят за развитие и управление на туризма на национално и регионално ниво.

**Фигура 17. Актьорите в ТОТАБ**



Източник: собствена концепция

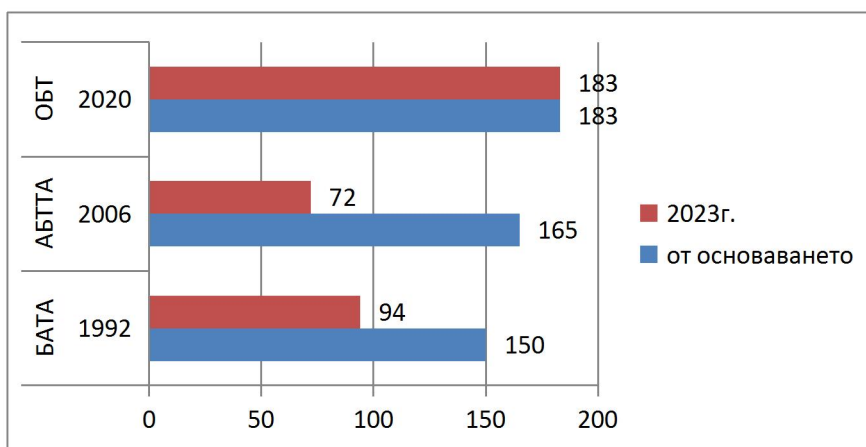
Потребители на туроператорски услуги: Те играят ключова роля в индустрията, тъй като тяхното търсене и предпочитания определят предлагането на услуги.

Държавна администрация и местна власт: Тези органи са отговорни за регулирането на туристическия сектор, осигурявайки законодателна и административна рамка, в която операторите могат да функционират.

Неправителствени организации (НПО): Създаването на НПО в сектора е от съществено значение, тъй като те могат да играят роля в защитата на интересите на потребителите, разработването на стандарти и насърчаването на устойчивото развитие в туризма.

Доставчици и контрагенти: НПО също така спомагат за изграждането на силни договорни отношения между туроператорите и доставчиците, което е важно за осигуряване на качествени услуги и продукти на крайния потребител. Тази взаимовръзка подчертава необходимостта от координация и колаборация между различните участници за постигане на устойчиво развитие на туристическия сектор.

**Фигура 18. Асоциации в ТБ и техния брой членове от основаването им до 2023 г.**



източник :собствено изследване

Туристическите сдружения играят ключова роля в развитието на туризма, координирайки дейности за формиране и маркетинг на туристическия продукт, предоставяне на информационно обслужване на туристите и защита на интересите на членовете си. Те участват активно в разработването на инициативи и проекти в сектора и съдействат за подобряване на качеството на туристическите услуги.

## 2.7. Туристическата агенция – процесни решения на микро ниво

Процесните решения на микро ниво в туристическата агенция се отнасят до конкретни оперативни действия и стратегии, които агенцията предприема за ефективно управление на своите услуги и взаимоотношения с клиентите.

Принципната роля на туристическата агенция, като посредник е да обслужи купувачи и продавачи, дори да създаде пазар, там където не е съществувал преди или да разшири и направи съществуващият пазар по-ефективен. Туроператорите съобщават комисионните на едно туристическо пътуване и образуват пакет, които продава директно или чрез туристическите агенции на туристите.

**Таблица 13 . Основни предимства и недостатъци от използването на Туристическите посредници**

	<b>За първичните туристически предприятия</b>	<b>За туристите</b>
<b>Предимства</b>	Имат възможност да увеличат обема на продажбите; Прехвърлят част от риска; Сключване на договори с туроператора; Намаляват необходимостта от собствени маркетингови усилия.	Спестяват време и усилия по търсене и транзакционни разходи; Достъп до експертни съвети и препоръки; Печелят от по-ниски цени заради договорни отстъпки. Печелят време и обратна връзка от други клиенти
<b>Недостатъци</b>	Зависимост от туристическите агенции; Контролиран клиентски опит; Допълнителни такси от доставчиците;	Стандартизиране на предлаганите услуги; Зависимост при промени в плана; Допълнителни разходи за такси и комисионни.

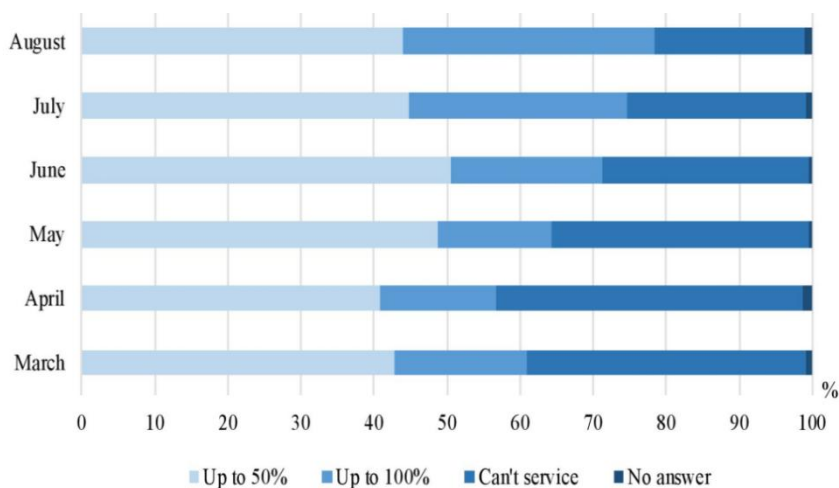
Източник: собствено проучване

Големите туристически посредници са значими играчи на пазара, които добавят стойност към дистрибуционната верига. Те получават процент от печалбата като възнаграждение за улесняване на сделките между туристите и първичните предлагачи, а също така осигуряват допълнителни услуги, които подобряват общото туристическо изживяване.

## **2.8. Търсене на ренти при ТО и ТА**

Търсенето на рента в икономиката се отнася до стратегии за придобиване на непродуктивни приходи, които не спомагат за икономическото благосъстояние като цяло. Тези практики, като корупция и избягване на данъци, не само че намаляват общата икономическа ефективност, но и конкурират с продуктивните сектори за ограничените икономически ресурси.

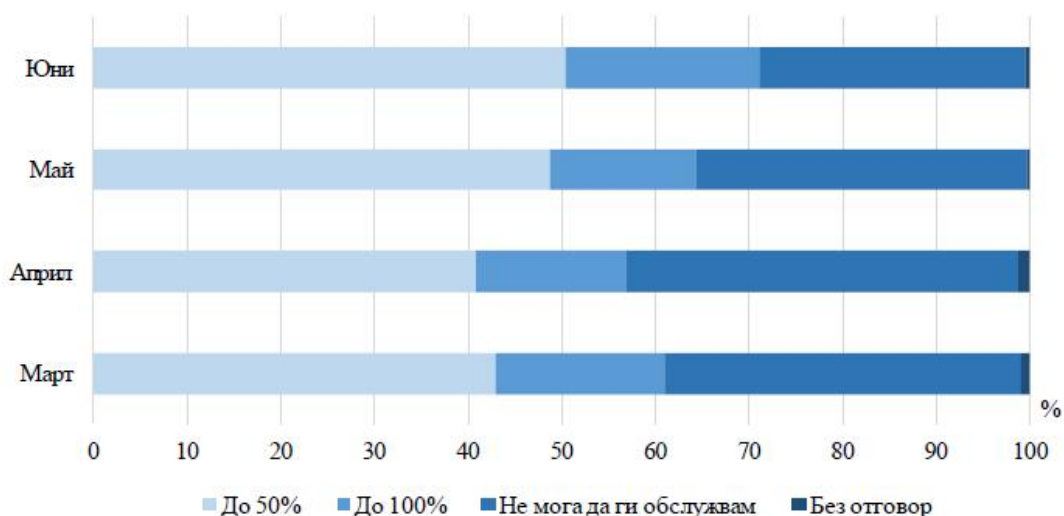
## **Фигура 19. Промяна в приходите от дейността в резултат на обявеното извънредно положение и последвалата епидемична обстановка по месеци**



Източник: Графика показваща изследване на НСИ, Дейност и състояние на местата за настаняване при условията на епидемична обстановка през от март до август 2020 г., стр.2-3.

На Фигура 19 са изобразени показателите за промяна на приходите в периода на обявеното извънредно положение в страната. Анкетата, проведена между май и август 2020 г., показва обезпокоителни прогнози от мениджърите на туристически предприятия във връзка със справянето с финансовите предизвикателства от извънредното положение.

**Фигура 20. Възможност за обслужване на разходите за дейността със собствени средства в краткосрочен план (един месец) по месеци**

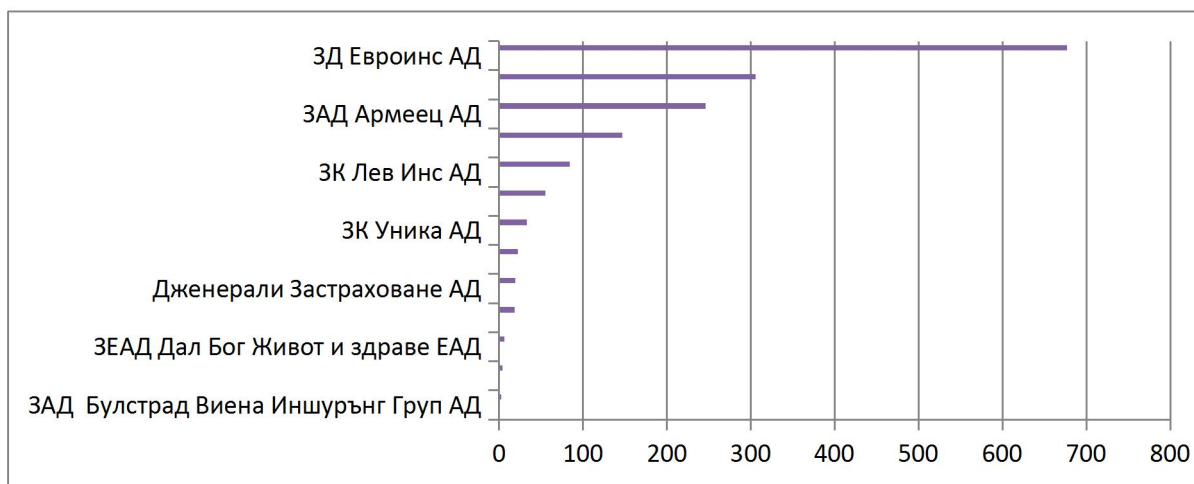


Източник: Пак там, с.3

На Фигура 20 са показани възможностите за обслужване на текущите и предстоящите разходи за дейността, но със собствени средства. Предполага се, че голяма част от по-големите туристически фирми ще успеят да удържат на натиска от икономическите последствия поне три-четири месеца, но ще успеят да платят само 50% от разходите си.



**Таблица 14. Броя на сключените застраховки към съответните застрахователни дружества**



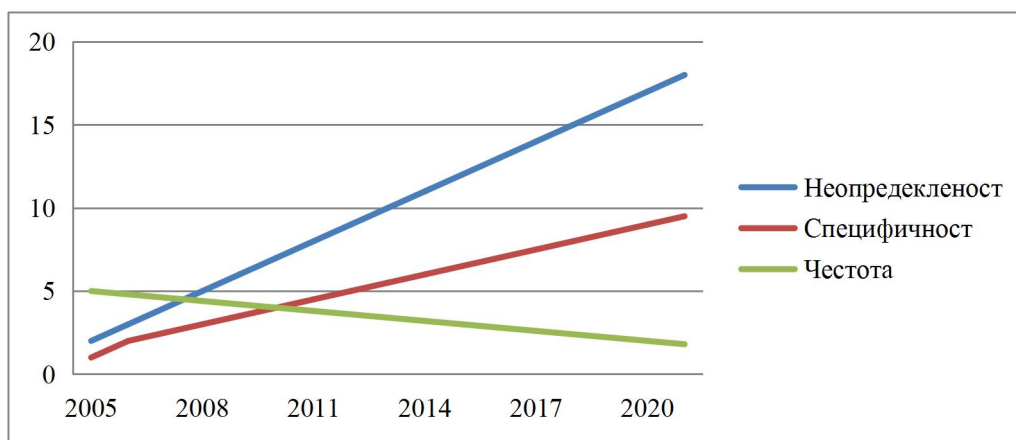
Източник: НСИ /към дата 10.04.2020 г.

На Таблица 14 са използвани данните от Национален туристически регистър на регистрираните туроператори и туристически агенти за да направим кратък анализ на задължителната застраховка *Отговорност на Туроператора*. Общо регистрираните са 3 311 към дата 10.04.2020 г. т тях 2100 туроператора са с валидни застраховки.

## 2.9. Транзакционни разходи при ТО и ТА

Транзакционните разходи в туроператорската и турагентската дейност представляват значителна част от общите операционни разходи на компаниите в сектора на туризма. Тези разходи включват широк спектър от разнообразни такси и плащания, които са свързани със сделките и транзакциите, осъществявани от туроператори и турагенти при предлагането на различни туристически услуги.

**Фигура 22. Неопределеност, специфичност, честота на транзакциите в ТОТАБ**



Източник: собствено изследване

На фигура 22 са показани неопределеността, специфичността, честотата на трансакциите в ТОТАБ. Прави впечатление че за посочения период неопределеността и специфичността се увеличават, докато честотата при трансакциите намалява. Това означава че въпреки въвеждането на повече електронни трансакции в бранша същите не са хомогенни. Напротив, въвеждането на нови технологии не преодолява ефекта от промените, които налагат нови видове и типове трансакции. Това показва, че или ефектът от интеграцията и подобрената координация е незначителен, или правата са усвоени и разпределени неправилно.

**Таблица 15. Измерване на ТР в лева при издаване на удостоверение за лиценз**

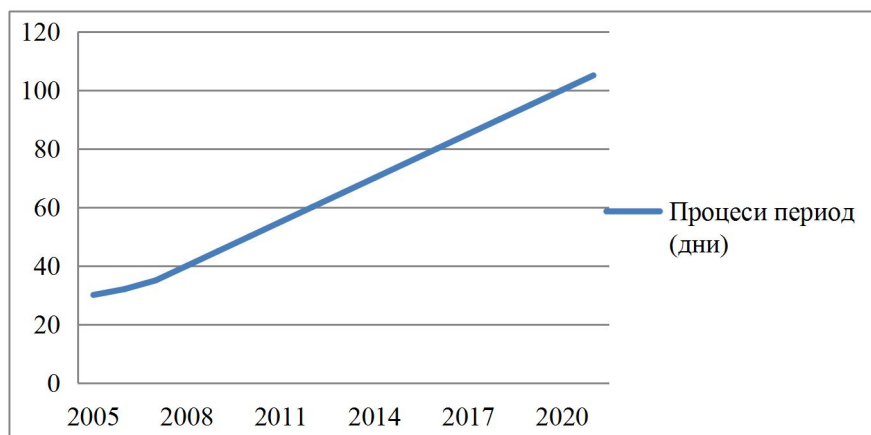
Издаване на удостоверение за туроператорска и/или агентска дейност	заявлението	съпътстващи документи	услугите на адвокат	вписване в регистъра	Нотариални такси	Време	Транспорт	Курьер	Комуникация	Такса КЕП	Общо в лева
<b>ТО</b>	500	200	400	3000	200						4300
2 На гише						136	10		5		4451
4 По пощата						34		30			4364
5 Електронно чрез КЕП						136				72	4508
<b>ТА</b>	500	200	400	1500	200						2800
2 На гише						136	10				2946
4 По пощата						34		30			2864
5 Електронно чрез КЕП						136				72	3008
<b>ТО/ТА</b>	1000	300	450	4500	250						6500
2 На гише						136	10				6636
4 По пощата						34		30			6564
5 Електронно чрез КЕП						136					6636

Източник: собствено изследване

Ефективното управление на трансакционните разходи е от съществено значение за финансовата устойчивост и конкурентоспособността на туроператорските и турагентските

бизнеси. Оптимизацията на тези разходи може да допринесе за постигането на по-ефективни операционни процеси и по-добра финансова рентабилност на компаниите в сектора на туризма.

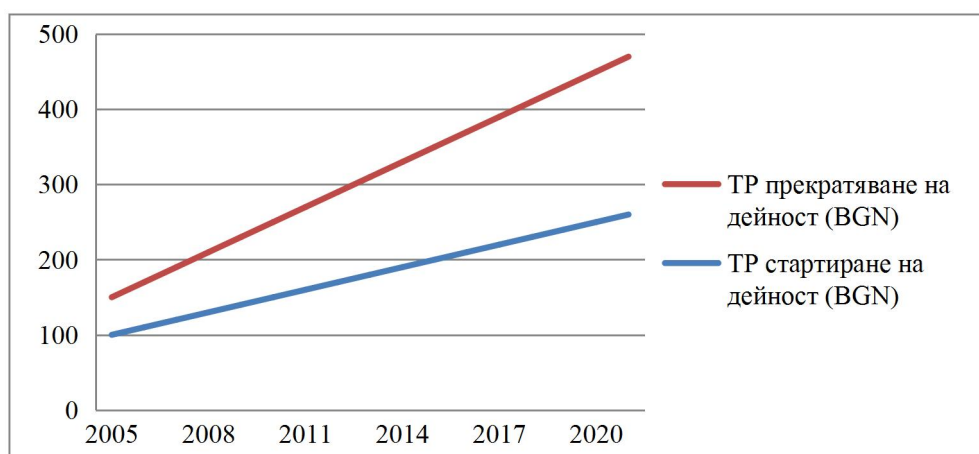
**Фигура 23. Средно времетраене на процесите в ТОТАБ (дни)**



Източник: собствено изследване

На тази плоскост следва да се търси усъвършенстването на средата. Това би означавало да се намерят пътища към нови типове хибридни организации в ТОТАБ интегриращи трите типа връзки.

**Фигура 24. Анализ на разходите за започване и прекратяване на бизнес в ТОТАБ**



Източник: собствено изследване

На фигура в 24 са показани разходите за прекратяване и започване на бизнес в ТОТАБ. Видимо е че средните транзакционните разходи се увеличават. Обяснението е следното: увеличава се цената на услугите (цената на труда), увеличават се таксите за започване и прекратяване на дейност.

### III. Анализ на хипотези

Таблица 16. Заключение относно подкрепа/неподкрепа на хипотезите

H0	Институционалното въздействие върху ТОТАБ води до високи разходи и търсене на ренти.	подкрепена
H1	Непрекъснатите промени в законодателството на туристическия бранш водят до високи транзакционните разходи.	неподкрепена
H2	Високият брой на участниците води до повишаване на търсенето на рента	подкрепена (частично)
H3	Барьерите пред информационните потоци водят до високи транзакционни разходи	подкрепена
H4	Правата в полза на актьорите които координират и регулират ТОТАБ са така разпределени, че водят до повишени нива на търсене на рента	подкрепена
H5	Механизмите на координационната структура създават условие за високи транзакционни разходи	подкрепена

Източник : собствено проучване

## ГЛАВА ЧЕТВЪРТА - ПРЕПОРЪКИ ЗА ПОДОБРЕНИЯ В ТОТАБ

### 1. Усъвършенстване на законодателството в ТОТАБ

В условия на глобализация и конкурентна среда, е все по-належащо туристическите агенции и туроператори да разполагат с ясна и ефективна правна рамка. Усъвършенстването на нормативната уредба е от ключово значение за подобряване на конкурентоспособността и качеството на услугите, предлагани в сектора.

Настоящото изследване цели да анализира необходимостта от усъвършенстване на нормативната уредба, регулираща дейността на туроператорите и турагентите, както и да предложи решения за подобряване на възможностите за адаптация на тези участници в сектора.

### 2. Интеграция на информационни системи в ТОТАБ. Подобряване на КСУ

През последните няколко години туристическият пазар е претърпял значителни промени. Наред с традиционните методи за резервация на туристически продукти, интернет и онлайн технологиите все повече се утвърдиха като предпочитани средства за предлагане и продажба на туристически услуги. Тази трансформация е довела до значително намаляване на прехвърлянето на документи на хартия.

### **3. Стимули за въвеждане на нови технологии и обучение в ТОТАБ. Подобрената координация като средство за снижаване на ТР**

В съвременната туристическа индустрия новите технологии играят ключова роля за подобряване на координацията между туроператорските фирми, както и за снижаване на транзакционните разходи. Интеграцията на иновации, като системи за управление на резервации, софтуер за управление на клиенти и платформи за онлайн продажби, позволява на ТО и ТА да оптимизират своите операции.

### **4. Инфотурове – средство за снижаване на информационната асиметрия**

Инфотуровите се явяват ефективно средство за снижаване на информационната асиметрия в туристическата индустрия. Те не само повишават прозрачността на предлаганите услуги, но и спомагат за изграждането на доверие между туристическите агенции и потребителите.

### **5. Допълнителни услуги към туристическите пакети – по-ефективно разпределение на правата и снижаване на възможностите за търсене на рента**

Предлагането на разнообразие от допълнителни услуги спомага за по-ефективно разпределение на правата между туристическите оператори и клиентите. Когато туристите имат възможността да избират между различни услуги, те не само получават персонализирано изживяване, но и се намаляват възможностите за търсене на рента.

### **6. Снижаване на някои рискове свързани с дейността - предложения**

#### *Създаването на Туристически гаранционен фонд*

В контекста на текущите предизвикателства, пред които е изправен туристическият сектор, създаването на Туристически гаранционен фонд в България е важна тема, която е била обсъждана в продължение на повече от десетилетие, но все още не е реализирана практически. Въпреки усилията на индустрията да настоява за създаването му и обещанията на правителството, конкретни стъпки в тази посока не са предприети.

#### *Проблеми с нелегалната туристическа дейност в България*

За да се ограничи организирането на нерегламентирани туристически пътувания, предлагам внедряване на интегрирани регистри, които да осигурят по-голям контрол и прозрачност в сектора.

- 1. Единен регистър на туристическите превозвачи*
- 2. Единна система за подаване на предварителен списък на пътуващите*
- 3. Единна система за контрол между държавните институции*
- 4. Краен контрол на граничен пункт*

Внедряването на тези интегрирани регистри и системи ще подобри контрола и прозрачността в туристическия сектор, като същевременно ще повиши безопасността на потребителите и ще намали рисковете, свързани с нерегламентираните туристически услуги. Подобна инициатива изисква активна съвместна работа между различни държавни институции и заинтересованите страни в индустрията.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамките на това научно изследване бяха направени изследвания и изводи за дейността на туроператорските фирми. Тяхната зависимост и връзка с поставените институционални проблеми довели до високи транзакционни разходи, информационната асиметрия и създаване на правила, водещи до *търсене на рента*. Те бяха анализирани като елементи на институционалната среда и координационната структура при дейността на туристическите агенти.

В съответствие с поставената цел е осъществен: теоретичен анализ и дефиниране на туристическите агенти; тяхната роля и значение в разпределителната система на туризма и комплексното туристическо обслужване; изследвани са факторите, които влияят върху съвременната туристическа агентска дейност и проявлението на нейните специфични особености. Характеризирана е дейността на туристическите агенти в България и са определени стратегическите насоки за подобряване на развитието им.

В първата част на изследването е направена теоретична характеристика на туристическите агенти.

Във втората част е представена характеристика на дейността на съвременните туристически агенти. Измерените транзакционни разходи и ренти довеждат до несигурност на пазара на туристически услуги и увеличаване на персонализираните такси за обслужване.

В третата част на изследването е разгледано състоянието на туризма и туроператорската дейност в България. Направената характеристика на дейността на туристическите агенти акцентира на значението им на вътрешния и международния туристически пазар.

В четвъртата част са предложени стратегически насоки и алтернативи за развитие на туристическите агенти в България.

В заключение, анализът на институционалните проблеми в туроператорския бранш чрез призмата на неoinституционалната теория подчертава необходимостта от прилагане на прозрачни и етични бизнес практики. За ефективното справяне с предизвикателствата, пред които е изправена индустрията, е необходимо туроператорите да акцентират на адаптивността си към динамично променящата се среда.