

наказателни такси към производителите на услугите, включени в пакета, в случай, че пакетите не бъдат продадени.”.

От цитираните дефиниции става ясно, че туристическият пакет е синтетичен продукт, съставен от разнообразни услуги, предоставени на туристите, които в повечето случаи не са в състояние да идентифицират цената на отделните услуги. Тази характеристика може да се интерпретира по два противоположни начина: туристическият пакет трябва да се счита за нов продукт (брутен подход) или обратно - туристическият пакет не е нов продукт и следователно трябва да бъде разбит на отделни компоненти за коректното им отчитане (нетен подход).

Очевидно е, че в резултат на прилагането на тези два подхода ще се получат различни резултати. В следващия раздел се представят теоретичните обосновки, лежащи зад тези два типа отчитане на туристическите пакети.

II. ТЕОРЕТИЧНА ОБОСНОВКА НА БРУТНОТО И НЕТНОТО ОТЧИТАНЕ НА ТУРИСТИ- ЧЕСКИТЕ ПАКЕТИ

Неоспорим факт е, че BPM5 не съдържа препоръка дали да се прилага брутна или нетна оценка на ТП, т.е. дали той да се счита за самостоятелен продукт, или не. Доводи за

всеки от двата подхода се намират в други методологически ръководства.

1. Брутно отчитане на туристическите пакети

Европейската класификация на продуктите по икономически дейности (CPA 2002) определя туристическия пакет като самостоятелен продукт. На код 63.30.11 отговаря “организирането на пакети от туристически услуги”, което включва “услугите по организиране и създаване на туристически пакети. Такъв пакет обикновено включва транспорта на туриста и неговия багаж, настаняване, кратки турове и подобни услуги, предлагани по време на пътуването.”.

Освен това според ESA 95 туристическият пакет също е самостоятелен продукт, като се прави много ясна разлика относно начина на отчитане на продуктите на туристическите агенти, от една страна, и на туроператорите, от друга страна.

Параграф 3.62 на ESA 95 гласи:

“Резултатът от дейността на туристическия агент се измерва със стойността на комисионната за услугата на агента и не с пълния размер на разходите на пътуващия към туристическия агент. Тези разходи например могат да включват още и стойността на транспорт, предоставен от трета страна.