

**Факултет: Мениджмънт и Маркетинг**

**Специалност: Бизнес информатика**

Реферат

***На Тема***

Информационното общество и цифровата икономика

***Изготвил: Теодор Георгиев Пенев***

***Фак № 115013***

***Учебна година: 2011/2012***

***Гр. Свищов***

**Съдържание:**

**Информационното общество и цифровата иконо­мика ... 2 стр.**

**Възникване на цифровата фирма ........................................ 5 стр.**

**Характеристика на цифровата икономика ....................... 6 стр.**

**Икономиката на знанието - нов етап в развитието на информационното общество ................................................. 8 стр.**

**Теории за информационното общество .............................. 9 стр.**

**Информационната система на туристическата фирма в условията на цифровата икономика ................................. 11 стр.**

**Европейската статистика на информационното общество - основа за управление на информационните и комуникационните технологии в предприятията .......... 15 стр.**

**Използвана литература : ...................................................... 20 стр.**

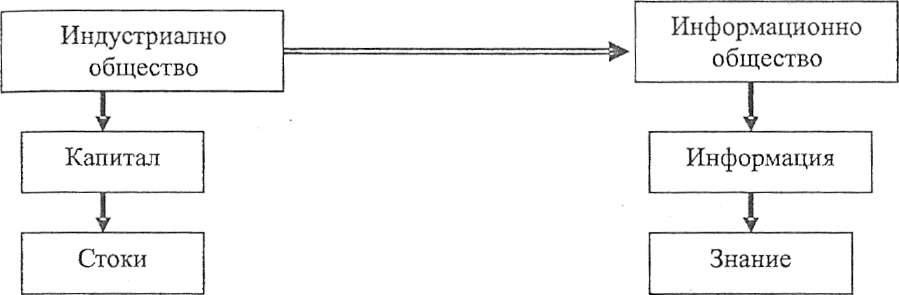
**Информационното общество и цифровата иконо­мика**

Информационното общество е нов етап в общественото развитие и се превръща в една от доминиращите парадигми на новото хилядолетие. То се характеризира с увеличаване ролята на информацията и знанията в живота на обществото, със създаване на глобално информационно пространство, висо­ко развита информационна инфраструктура и прилагането на нови подходи при използването на съвременните информационни и комуникационни тех­нологии (ИКТ). За разлика от индустриалното общество, където на базата на капитала се произвеждат стоки, при информационното общество на базата на информацията се създава знание.(фиг. 1.1.) Основните стълбове на информа­ционното общество са новата цифрова икономика, електронният и мобилният бизнес, ориентираните към знанието технологии, електронното правителство и електронната демокрация.

За пръв път понятието "информационно общество" се появява в Япо­ния, в доклада на специална група за научни, технически и икономически изследвания, създадена от японското правителство за разработка на перспек­тивите за икономическо развитие на страната. Там са определени следните ха­рактеристики на новото общество:

* изобилие от информация с високо качество;
* модерни информационни и комуникационни технологии за съхране­ние, предаване и използване на информацията;
* леко и бързо разпространяване на информацията по искане на заин­тересованите хора и организации, като им се предоставя в подходяща за тях форма;
* достъпна е стойността на информационните услуги.

Съгласно Постановление № 40 от 1998 на Министерския съвет на Репу­блика България, информационното общество представлява качествено нова структура, организация и обществени отношения, основани на глобалния достъп и използването на информационни и комуникационни мрежи и услу­ги без национални, географски или други ограничения за обмен на информа­ция, научни, духовни, културни и други постижения.



Фиг.1.1.Съпоставка между индустриалното и информационното общество

Информационното общество се определя от Европейската комисия като общество, базирано на икономика на услугите, и извършва комуникационна революция. То принадлежи към постиндустриалното общество, наричано от различни автори „трета вълна" (след земеделската и индустриалната вълна). Движеща сила в постиндустриалното общество са информационните и кому­никационните технологии. То обхваща изграждането и развитието на инфор­мационните инфраструктури, които силно влияят не само върху икономиката на страните, но преди всичко върху хората, които са и потребители, и създа­тели на информация.

От технологична гледна точка това общество се основава на цифровата мултимедия и глобалните комуникации. Цифровата мултимедия позволява преобразуването на всякакъв вид статична и динамична информация (текст, снимки, графики, анимации, аудио- и видеоклипове и др.) в цифров вид. Така преобразуваната информация може лесно да се обработва, съхранява, пред­ставя и предава на различни потребители.

Най-важните предпоставки за развитието на информационното обще­ство са свързани с настъпващите качествени промени във всички сфери на човешката дейност. От една страна, те водят до значителен ръст на потреб­ностите от знания, а от друга - към създаване на нови средства и подходи за удовлетворяване на тези потребности. Освен това значително нараства делът на информацията във всеки материален продукт. Бурното развитие на компю­търната техника и информационните технологии и масовото им проникване във всички сфери на обществения живот също създаде условия за изграждане на информационното общество.

Не бива да се пропуснат и значимите движещи сили, които влияят върху идеята за развитието на информационното общество. Това е цифровата рево­люция, в резултат на която се осъществява преход от аналогова към цифрова техника за представяне на информацията. Сливането на комуникационната и компютърната информационна инфраструктура в информационна суперма- гистрала и глобализацията като процес на интеграция на човечеството и сфе­рите на неговата дейност, превръщат земята в едно голямо село, където всеки има достъп до общите информационни ресурси.

Основните характеристики на информационното общество могат да се формулират в няколко насоки:

* Приложение на високоинтелектуални информационни и комуника­ционни технологии във всички икономически и социални дейности;
* Висока заетост в сферата на услугите (над 50% от цялото работещо население);
* Непрекъснат процес на квалификация в динамично променящия се свят (учене през целия живот);
* Свободен достъп до световните знания, с помощта на информацион­ната супермагистрала;
* Свобода в професията и живота (необвързаност с работно време и работно място);
* Приоритет на знанията и образованието. В основата на обществото се залага генерирането, съхранението, обработката и използването на знание с помощта на нови информационни технологии;
* Нарастване социалната роля на индивида (промените в характера на труда и управлението повишават отговорността на човека);
* Икономическа и социална кохезия (изграждане на "общество без гра­ници", движение към социална еднородност). Формира се информа­ционно единство на цялата човешка цивилизация;
* Информацията получава приоритет пред другите ресурси и разви­тието на обществото се базира на информационната икономика на знанието.

В резултат на развитието на информационното общество се очаква ре­шаването на редица проблеми, свързани с конкурентоспособността на иконо­миката, качеството на стоките и услугите, трудовата заетост на населението, ефективността на общественото обслужване и др.

За да се постигне напредък в това отношение, в ЕС бе разработена ини­циативата "i2010 - Европейско информационно общество за растеж и зае­тост". Тя има за цел определяне на основните предизвикателства и насоки за развитие на информационното общество. Тя прокарва нова политика на из­граждане на отворена и конкурентоспособна цифрова икономика и придава особено важно значение на информационните и комуникационните техноло­гии (ИКТ) като двигател на информационното общество. Нейното реализи­ране включва различни политически, икономически, регулаторни и научни средства и инструменти за насърчаване и развитие на цифровата икономика.

Основните насоки на тази инициатива обхващат:

* Изграждане на единно Европейско информационно пространство, което да насърчава създаването на отворен и конкурентоспособен вътрешен пазар за услугите на информационното общество. Това са преди всичко достъпни и сигурни широколентови комуникации, бо­гато и разнообразно информационно съдържание и широк спектър от цифрови услуги;
* Засилване на научните изследвания, иновациите и инвестициите. Този приоритет акцентира върху развитието на научните изследва­ния и насърчаване на партньорството с частния сектор, което ще до­веде до иновационно и технологично лидерство на страните от Евро­пейския съюз;
* Развитие на електронния бизнес и все по-широкото навлизане на но­вите ИКТ в предприятията от малкия и средния бизнес;
* Въвеждане на нови стандарти и нов стил на работа на базата на утвър­ждаването на нововъведенията и необходимостта от професионална квалификация и компютърни умения;
* Насърчаване на приобщаването на всички слоеве от населението към информационното общество посредством ефективни и насочени към потребителите обществени услуги, базирани на ИКТ;
* Подобряване качеството на живота, особено на населението от по- слабо развитите региони, чрез електронно правителство, електронно здравеопазване, електронно обучение и т*.* н.

В световната практика са се формирали различни подходи за изгражда­не на информационното общество, които се определят от националните осо­бености от икономически, политически и социален характер. Американският опит се базира на националната информационна инфраструктура и цифрова­та икономика. Европейските специалисти предпочитат по-детайлизиран под­ход при прехода към информационното общество, който се основава освен на националната инфраструктура и на равнището на интеграция на иконо­мическите отрасли, на реалните потребности на обществото и равнището на конкуренцията.

Очевидно е, че няма съществено различие в двата подхода за изгражда­не на информационното общество и цифровата икономика като основен негов стълб. Текущото състояние на инфраструктурата фактически определя стар­товите условия, които отчитат състоянието на техническите, икономическите и човешките ресурси. Тя трябва да осигури всеобщ достъп до предоставяните услуги, високо равнище на приспособяване към националните особености и необходимата степен на готовност на обществото да използва информацион­ната инфраструктура.

Равнището на интеграция на сходните отрасли осигурява взаимното проникване на продукти и услуги на основата на съвременните ИКТ, което води до етапа на цифровата икономика. Пример за такава интеграция са ком­пютрите, телекомуникациите, битовата електроника, автомобилите, а също и продуктите на интелектуалния труд като книги, филми, телевизионни програ­ми и др. В сравнение с европейските, американските ИКТ са по-конкуренто- способни и по-широко разпространени поради ниската стойност на услугите и лесния достъп до компютърните мрежи.

На практика се наблюдава известна неравномерност в прехода към ин­формационното общество, която е продиктувана от множество причини:

* Различно равнище на развитие на информационната инфраструкту­ра и ИКТ;
* Различни възможности за инвестиране в информационната среда по­ради неравномерното икономическо развитие на отделните страни;
* Различни стратегии за формиране на информационното общество, основани на особеностите на развитие на националните икономики;
* Различно равнище на информационното законодателство, ориенти­рано към съблюдаване и защита на правото на информация.

Може да се обобщи, че под въздействието на информационните техноло­гии протичат ускорени фундаментални и глобални процеси на трансформация на общественото и икономическо развитие на всички държави по света. Тем­повете и скоростта на тези преобразования са толкова високи и динамични, че налагат своевременно да се отчитат тези изменения и обстоятелството, че науч­ните знания и информацията се превръщат в определящ фактор на бизнеса и обществения живот като цяло. Главна движеща сила за установяване и развитие на информационното общество са ИКТ, с чиято помощ се събира, обработва, съхранява, предава и използва информацията и се създават нови знания.

**Възникване на цифровата фирма**

Най-общо казано цифровата икономика осигурява извършването на стопанска дейност с помощта на електронни компютърни мрежи (цифрови телекомуникации). Създаването на цифровата икономика се извършва на ба­зата на широко внедряване на цифрови методи за обработка и предаване на информацията в различните отрасли на икономиката и сфери на обществен живот. Това води до повишаване на производителността, точността и качест­вото на изпълнение на всички бизнес процеси, намаляване на трудоемкостта на човешката дейност, автоматизиране на производствените процеси посред­ством компютризация и роботизация на производствените операции, пови­шаване на рентабилността и ефективността на производството и повишаване на качеството и конкурентоспособността на произведените стоки и услуги.

Нарастващото влияние на ИКТ върху бизнеса на фирмите се базира на няколко основни фактора:

* Широкото навлизане на Интернет във всички сфери на обществено- икономическия живот;
* Развитие и обвързване на глобалната икономика;
* Повишаване значението на информацията и знанието;
* Поява на цифровата фирма.

Тези промени в бизнес средата поставят нови предизвикателства и въз­можности пред бизнеса и мениджмънта на фирмите.

Глобалната мрежа Интернет се превърна в главната икономическа и со­циална сила в нашето съвремие. Не е пресилено да се каже, че тя предизвика ре­волюция в комуникациите и създаде нови бизнес модели и процеси. Благодаре­ние на нея се осъществява конвергенция на технологиите и различните индус­трии. Традиционните граници и бизнес отношения се разчупват. Телефонните мрежи проникват в Интернет, а клетъчните телефони се превръщат в масово предпочитани устройства за достъп до глобалната мрежа и предоставяне на почти универсални онлайн персонализирани информационни услуги.

Отношенията на фирмите с доставчиците, клиентите и останалите биз­нес партньори се дигитализират в цифровата мрежова среда. Електронният бизнес определя използването на Интернет и цифровите технологии като ба­зови за изпълнение на повечето дейности във фирмата. Електронното прави­телство също използва интернет технологиите, за да предостави различни ин­формационни и административни услуги на гражданите и фирмите.

Интернет позволи на фирмите да извършват бизнес дейностите еднакво ефективно както в рамките на компаниите, така и извън техните граници. Те не са ограничени от своите традиционни организационни рамки и от физиче­ското място, където проектират, разработват и произвеждат стоки и услуги. Благодарение на цифровизацията на икономиката те поддържат близки отно­шения с всички бизнес партньори, отдалечени на големи разстояния.

Заедно с тези промени се осъществява трансформация и на фирмения мениджмънт. Традиционните бизнес фирми са йерархични, централизирани и структурирани така, че да се изпълняват стандартни оперативни процеду­ри за производство на стоки и услуги. Новият мениджърски стил предполага плоска организационна структура с по-малко йерархични нива, децентрали­зирана и гъвкава организация на процесите и незабавно предоставяне на не­обходимата информация както за производството, така и за управлението.

Успехът на съвременните фирми зависи до голяма степен от тяхната способност да оперират глобално. Много международни компании разпреде­лят част от възловите бизнес функции по дизайна, производството, финанси­рането или гаранционното и след гаранционното обслужване на продукцията в други страни, където разходите ще са по-малки, а печалбата - по-висока.

Съвременната икономика постепенно се трансформира от индустриал­на база към икономика, основана на знанието и информацията, като те се пре­връщат в най-важния стратегически ресурс. На базата на знанието и инфор­мацията се създават качествено нови продукти и услуги като интелигентните банкови карти (смарт карти), глобалните позициониращи системи, онлайн резервационните системи и др. Новото знание навлиза все по-интензивно и в производството на традиционните продукти като компютри, автомобили, електрически уреди и др.

Интернет създава изключителни възможности за бизнеса да прилага ефективно цифровите технологии при създаването на нови продукти и услу­ги, нови канали за продажби и маркетинг, а даже и за нов бизнес. Тези техно­логии подпомагат и традиционните бизнес модели, като намаляват разходите по доставката, повишават ефективността на производството и сближават вза­имоотношенията с клиентите. Никоя голяма компания, а дори и малка фирма не може да си позволи да игнорира Интернет и цифровите технологии даже ако не извършва онлайн бизнес.

**Характеристика на цифровата икономика**

Интеграцията на ИКТ във всички аспекти на обществено-икономиче­ските отношения създаде цифровата икономика, която генерира голяма част от икономическия растеж и просперитет. В новата цифрова икономика ИКТ се превръщат в главна двигателна сила не само за подобряване качеството на живот, но и за осезаем икономически растеж.

Безспорно, основната характеристика на цифровата икономика е, че тя се извършва по Интернет, но това не е достатъчно. Тя представя масовото из­ползване на ИКТ във всички възможни аспекти на икономиката, включително вътрешните бизнес операции, транзакции между организациите, държавната администрация и отделните лица. Тя навлиза все по-широко и трансформира много сектори на обществено-икономическия живот като производство, тър­говия, туризъм, финансови услуги, транспорт, здравеопазване, образование, държавна администрация и др.

В теорията и практиката се утвърдиха и други понятия, които се при­емат за синоними на цифровата икономика, а именно: интернет икономика, мрежова икономика, икономика на знанието, мрежова бизнес интелигент­ност. Всичко това формира новата цифрова икономика, която обхваща разно­образни средства и инструменти за създаване, манипулиране, организиране, предаване, съхраняване и ползване на информацията в цифрова вид по нов начин и в нова организационна форма.

Преходът към новата цифрова икономика преминава през няколко етапа:

* През 80-те години на миналия век се започна със системите за ком­плексно управление на качеството, което помогна на много компании да отговорят на изискванията на променящия се глобален свят;
* През 90-те години вниманието бе насочено към реинженеринг на бизнес процесите, което бе свързано с кардинални промени в орга­низацията, структурата и мениджмънта на бизнеса, за да стане той по-ефективен.
* В началото на второто хилядолетие започна трансформация и цифро- визация на бизнеса на основата на ИКТ и в съответствие с промене­ните правила и бизнес отношения. Създават се нови бизнес процеси, нови бизнеси, нови индустрии и нови отношения с клиентите. Целта

е не само да се намалят разходите, но и чрез иновациите да се повиши конкурентността на бизнеса.

Образно казано, ако трябва да се направи паралел между старата индус­триална икономика и новата цифрова икономика, то при първата информа­ционните потоци приемат физически характер под формата на пари, чекове, фактури, отчети, директни разговори, а при втората информацията във всич­ки нейни форми е цифрова - в паметта на компютрите, в телекомуникацион­ните мрежи, в битовата техника, в транспортните средства, в банковите карти и т. н. Това всеобщо проникване на ИКТ във всички сфери на обществено- икономическия живот се дължи и на факта, че те стават все по-евтини, бързи, мощни и лесни за използване.

Цифровата икономика се стреми да съчетае оптимално всички мате­риални, финансови, управленски и човешки ресурси със съвременните ИКТ, компютърни системи и мрежи. Нейната цел е добавянето на нова стойност във веригата от стойности и достигането на високо качество, ефективност и рентабилност на производството и бизнеса като цяло. Това осигурява стабил­на доходност и печалба не само за големите и мощни корпорации, но и за сред­ните и малки фирми с ограничени ресурси и възможности.

На този етап е трудно да се направи пълна и изчерпателна характерис­тика на цифровата икономика, тъй като тя все още е в зората на своето разви­тие. Но все пак най-важните нейни особености се свеждат до следното:

* Тя се базира на най-новите научни постижения в областта на ИКТ, глобалната мрежа Интернет с високоскоростен достъп, развита ин­формационна инфраструктура, мобилни комуникации и всичко това представлява стабилна платформа за изграждане на електронен биз­нес, мобилен бизнес, електронен маркетинг, електронни разплаща­ния, електронно делово партньорство и т. н.
* Информационните ресурси се съхраняват, обработват, предават и използват в цифрова (дигитална) форма, с което постепенно се осъ­ществява преход към безхартиените електронни документи. Така се съкращават значително административните разходи, намалява се обемът на архивните документи, а това има и екологичен ефект.
* Появяват се нови и по-ефективни организационни форми - виртуал­ните предприятия. Те представляват временен алианс на независими компании за решаването на единична стратегическа задача. Основ­ното предимство е, че реагират много по-бързо на измененията на пазара, при по-ниски разходи и съответно по-висока печалба в срав­нение с традиционния бизнес. Виртуализацията на икономиката спо­собства за привличане на капитали при изпълнението на уникални проекти и за разпределение на инвестиционните рискове.
* Голяма динамичност и интензивност на комуникациите и обмена на документи и съобщения в цифров или мултимедиен формат. Това способства за по-бързото и оперативно реализиране на бизнес про­цесите както в рамките на организацията, така и извън нея. Те стават по-гъвкави и адекватни на бързо променящата се бизнес среда.
* Цифровата икономика е информационно наситена, с което ролята и значението на информацията като важен стратегически ресурс нара­ства. Това предполага и изисква тя да се обхваща, систематизира, тър­си и обработва в реално време, за да бъде актуална и своевременна и да послужи като основа на важни управленски решения.
* Цифровата икономика поставя на преден план решаването на въпро­сите за сигурността и безопасността на информацията. Масовото из­ползване на глобалните и локалните мрежови ресурси и разполагане­то на важна стратегическа информация в мрежови бази от данни или складове (хранилища) от данни, до които имат достъп широк кръг потребители, изискват бързо и компетентно решение. През послед­ните няколко години се увеличиха инвестициите за разработването на нови средства, методи и технологии за повишаване на информаци­онната сигурност и безопасност.
* Цифровата икономика обхваща националните икономики на отдел­ните страни, но заедно с това тя е част и от световната глобална ико­номика. Поради това, независимо от нейната специфика и особено­сти, тя е подчинена на общите принципи, закономерности и тенден­ции на развитие. Като всяка икономическа дейност тя е свързана със значителни инвестиции в материални и човешки ресурси и те следва да бъдат обосновани и обвързани с най-важните икономически пока­затели за ефективност, рентабилност и печалба. Те трябва да намерят и своите нематериални измерения в повишаване на жизнения стан­дарт, качеството на живот, икономия на време и др.

**Икономиката на знанието - нов етап в развитието на информационното общество**

Новата цифрова икономика е преход към икономиката на знанието, която ще се развива и доминира през 21-ви век. При нея най-важният ресурс и истинското богатство ще бъдат хората с техните знания, ум и опит. Иконо­миката на знанието е нов етап в общественото развитие, при който знанието -играе решаваща роля и производството на знание се превръща в източник на богатство. Икономиката, основана на знанието, създава, разпространява и из­ползва знанието за осигуряване на своя ръст и конкурентоспособност.

Доколкото знанието е обществено благо и то не само в национален, но и в международен мащаб, измерването на неговата ценност е сложна и трудна задача. Не е достатъчно да се определят разходите за наука и образование, но и степента на неговото използване и практическо приложение. Икономиката на знанието дава толкова по-голям обем продукция, колкото повече знание е създадено и повече хора го използват. Всъщност знанието е компонент в по- малка или по-голяма степен на всеки продукт или услуга.

За разлика от материалните продукти, знанието е информационен про­дукт и то се характеризира със следните особености:

* то е дискретно, защото ясно може да се определи дали е създадено ново знание или не;
* то е достъпно, защото е публично благо, което може да се ползва от всички;
* то не се изхабява след като се използва, тъй като не намалява своя обем, а напротив - може да доведе до ново знание.

Тези особености се отразяват и на действащите закономерности и меха­низми на икономиката на знанието. Тя обединява пазара на знанието, пазара на услугите и пазара на труда, които не трябва да се разглеждат изолирано, а в тясно взаимодействие помежду си. За гъвкавото и динамично решаване на проблемите в икономиката на знанието възниква и нова професия - иноваци­онен мениджър, който се явява посредник между производителите и потре­бителите на знания.

Иновацията може да се разглежда като приложение нададено откритие или изобретение в производствени и пазарни условия. Докато изобретението е откритие на някакъв нов принцип или явление, т. е. процес на създаване на ново знание при лабораторни условия, то иновацията се реализира само на пазара при взаимодействието на продавачите и купувачите. Ако иновация­та може да съществува под формата на някаква нова бизнес идея в сферата на производството, търговията, маркетинга или финансовите услуги, то тази идея трябва задължително да е преминала през практическото й приложение в условията на пазара.

Иновациите обхващат и проникват във всички бизнес процеси. Те зася­гат не само материалните, но и нематериалните обекти. Усъвършенстват се на­чините за обработка и формата на представяне на информацията и знанията. Информационните ресурси и човешкото знание в най-широк смисъл започ­наха да доминират при създаването на общественото богатство. Необходимо е да се промени и масовото съзнание, че истинското богатство е в човешките мозъци, а не в земните недра.

Икономиката на знанието не бива да се свързва само с високотехноло­гичните отрасли и ИКТ. Тя обхваща всички отрасли и сфери на обществения живот. Но по-важно е не само създаването на нови знания, а тяхното продук­тивно използване във всички отрасли и сфери на обществения живот. В това отношение фундаментален фактор за развитието на икономиката на знанието е доброто образование. Именно то у ключът към създаването, разпространя­ването и ефективното използване на знанието.

Освен това в унисон с тенденциите на световната икономика знание­то също се глобализира. Благодарение на Интернет резултатите от научните изследвания в различни области бързо стават достояние на многобройните специалисти по целия свят. Така знанията излизат от пределите на отделната организация или институция и циркулират свободно в обществото и иконо­миката. Важна задача е също интеграцията на знанията в системни решения и приложения, т. е. в такива конфигурации, които ще са търсени и полезни за пазара.

В заключение следва да подчертаем, че на основата на икономиката на знанието ще се постигне устойчиво икономическо развитие, съществено по­вишаване благосъстоянието на хората и качеството на живота.

**Теории за информационното общество**

През втората половина на 20 век протичат изменения, свързани с информатизация и компютьризация на съвременното общество, които някои автори наричат информационна революция, поставяща началото на нов тип - информационно общество. Информационната революция се свързва с широкото разпространение на телевизията, компютрите, използването на изкуствените спътници, създаването на Интернет и др.

Терминът „информационно общество" е въведен в научен обо­рот в началото на 60-те години в САЩ и Япония. Теориите за инфор­мационното общество1 обогатяват представите за съвременния етап на обществения прогрес като анализират ролята на информацията в стопанското развитие на западните страни. Информацията се разг­лежда като специфичен ресурс, с характеристики, различаващи се от тези на традиционните производствени фактори. Основната разлика се състои в това, че потреблението на информацията не води до ней­ното изчерпване като производствен ресурс.

Един от създателите на теория за информационното общество е

Т. Сакайа, Според него в началото на 80-те години на 20 век се наблюдава преход към нов тип общество. Социалните изменения, свързани с него не се ограничават само до технологичните нововъве­дения или изменението на индустриалния ред, но и до преобразуване­то на социалната структура.

Тенденциите, характерни за индустриалното общество са мак­симално възможните обеми, мащаби и производствени темпове. За разлика от индустриалното в информационното общество (или общес­твото, основаващо се на създаваната от знанието стойност, както го нарича още Т. Сакайа) се търсят варианти за икономия на енергия, създава се гъвкаво производство и многоцелева продукция. Благото на информационното общество са знанията, човешките способности и информацията. Запасите от тях се увеличават и разпространяват чрез образователната система, информационните и комуникационни мрежи.

Създаването на стойност от знанията в информационното об­щество става въз основа на процес, при който трудът и средствата за производство се оказват неразривно свързани, "самият човек става главно средство за производство". В този контекст стремежът трябва да бъде към влагане на повече знания и опит в хората.

Ярък теоретик на информационното общество е М. Кастелс.[[1]](#footnote-1)Според него, всеки тип общество се обуславя от основния елемент, който стимулира продуктивността в производствения процес. Така например, в аграрното (доиндустриалното) общество това е количест­веното увеличаване на труда и природните ресурси, преди всичко зе­мята. В индустриалното общество продуктивността се основава на въвеждането на нови енергийни източници, а в информационното общество продуктивността се базира върху технологията за генери­ране на знания, обработката на информация и символната комуника­ция. Освен това индустриалното общество е ориентирано към ико­номически растеж, т.е. към максимизиране на произвежданата про­дукция, докато информационното е насочено към технологично раз­витие - т.е. към натрупване на знания и по-висока степен на комплек- сност при обработката на информацията.

М. Кастелс счита, че през последната четвърт на 20 век възниква нов тип икономика, която той определя като информа­ционна, глобална и мрежова. Тя е информационна, тъй като произво­дителността на стопанските субекти зависи преди всичко от способ­ността им да генерират, обработват и използват информация. Иконо­миката е глобална, защото капиталът, трудът, суровините, управлени­ето. технологиите, пазарите са организирани в глобален мащаб. Тя е мрежова, тъй като се базира на взаимодействието между бизнес мре­жите от стопанските субекти.

Разглеждайки основните постановки на теорията за постиндус- триалното общество, М. Кастелс предлага да се измести аналитич­ният акцент от постиндустриализма към информационализма. Според него, обществата се определят като информационни не защото отговарят на определен модел на социална структура, а защото орга­низират своята производствена система върху максимизиране на производителността посредством развитие и разпространение на ин­формационните технологии. Освен това, независимо, че преобладава­щата част от заетостта в напредналите икономики е в областта на ус­лугите, това не означава, че производствените отрасли замират. И в информационното общество голяма част от услугите зависят от своята връзка с производството, което продължава да играе значителна роля за конкурентноспособността на икономиката. В този тип общество, едновременно с експанзията на управленските, професионални и тех­нически длъжности в структурата на заетостта се наблюдава и увели­чаване на неквалифицираните длъжности на ниско равнище в обслуж­ващата сфера.

В порядъка на обобщение, можем да посочим, че в литература­та терминът „информационно общество" се употребява като си­ноним на постиндустриално, постмодерно, посткапиталистичес- ко, общество на знанията, общество на третата вълна и др. Той се използва за да опише измененията, свързани с информатизация и компютъризация на съвременното общество. Акцентът, който се поставя при типологизирането на дадено общество като инфор­мационно е върху ролята на информацията като специфичен ре­сурс и производствен фактор.

**Информационната система на туристическата фирма в условията на цифровата икономика**

Съвременните потребители на туристически продукти и услуги поставят все по-високи изисквания към туристическите фирми и тех­ните информационни системи. Целта на доклада е да се представят проблемите и предизвикателствата пред информационните системи на туристическите фирми в условията на съвременната цифровизирана икономика и възможностите за повишаване на ефективността и качест­вото на информационното обслужване на туристическите фирми.

Създаването на мощни компютризирани информационни систе­ми за настаняване, транспорт, екскурзионен, културен, оздравителен, селски, еко или бизнес туризъм, които са свързани с глобалната мрежа Интернет, се превръща в актуална задача за дейността на туристически­те фирми. Те са и ключов фактор за оцеляване на туристическия отрасъл в условията икономическа криза и силна конкуренция както на вътреш­ния, така и на международния пазар.

Развитието на туризма и информационното общество са приори­тетни области за националната ни икономика и са заложени в нейната стратегия. Той е динамичен отрасъл, който търси нови форми за пред­ставяне на туристическите продукти и услуги на потенциалните клиенти.

Съвременният потребител на туристическа информация иска не само да се запознае подробно с нея, но и активно да участва във фор­мирането на богата информационна среда. Традиционните средства за масова информация - телевизия, радио и печатни издания - не винаги могат да осигурят достатъчна оперативност и гъвкавост при нейното представяне. Още повече, че туристическият бизнес се характеризира с голяма информационна наситеност.

Навлизането на ИКТ в туристическия бранш е световна тенден­ция, която България следва, но все още недостатъчно активно и ефек­тивно. Факт е, че по-голямата част от хотелите и туристическите аген­ции присъстват в Интернет, но преди всичко информативно, а онлайн продажбите са все още ограничени. Като основни причини за това мо­гат да се изтъкнат:

е Ниската степен на използване на компютрите от населението - само 11% от българите ползват компютър на работното си място, а едва 14,6% от домакинствата разполагат с домашен компютър.[[2]](#footnote-2)

е Ограничен достъп до Интернет - 9% от населението, което ни нарежда на предпоследно място в Европа, преди Турция.[[3]](#footnote-3)

* Като цяло България заема 42'ро място в световната класация за електронна готовност от общо 65 страни. В тази класация първите 5 места заемат Дания, САЩ, Швеция, Швейцария и Великобритания. Преди нас са почти всички европейски страни, а след нас остават Тур­ция, Румъния, Русия и Украйна.[[4]](#footnote-4)
* Безналичните електронни разплащания все още не са достатъчно популярни, поради ниската степен на използване на кредитни карти и рестриктивната политика на банките към онлайн плащанията поради опасения от измами.

Последното изследване на приложението на информационно- резервационни системи от българските хотели и туристически фирми показва, че 58% от хотелите изобщо не използват информационни тех­нологии, а останалите 42% ги ползват главно в счетоводството, рецеп- цията и ресторанта и само 12% от тях имат внедрени пълни резерва- ционни системи.[[5]](#footnote-5) Още по-красноречив е фактът, че 85% от българските туроператори и 75% от туристическите агенции у нас не си служат с други средства за резервации освен телефон и факс.[[6]](#footnote-6)

Най-общо информационната система на туристическата фир­ма може да се определи като съвкупност от техническо и програмно осигуряване, данни, комуникации, персонал и процедури за събиране, обработка, съхраняване и предаване на данните за дейността и бизнес процесите във фирмата и извън нея. Тя следва да съответства на управ­ленския модел, информационната инфраструктура и бизнес стратегията на туристическата фирма.

Нейната основна задача е да осигурява пълна, навременна и достоверна информация за реализация на управленските функции и биз­нес процесите на туристическата фирма. От изключителна важност е информацията за околната бизнес среда - доставчици, клиенти и парт­ньори в бизнеса. Освен това тя трябва да предоставя и оперативна ста­тистическа информация за аналитични и прогнозни цели в туристи­ческата дейност, като планиране на туристопотока, анализ на неговата диверсификация и поведенческите стереотипи. Тази информация е ос­новен фактор за правилна оценка на туристическия бизнес, иденти­фикация на проблемите, вземане на ефективни управленски решения за устойчиво развитие и изграждане на управленски, маркетингови и ин­вестиционни стратегии на туристическата фирма. Тя подпомага менид­жърите в туристическия бизнес да правят анализи на пазара и тенден­циите в него, да усъвършенстват предлаганите продукти и услуги и на тази база да повишават техните продажби и конкурентоспособност.

Основните характеристики на информационната система на ту­ристическата фирма включват:

* Интегрираност на данните, което предполага тяхното еднократ­но въвеждане в единната база от данни и многократното им използване;
* Модулна структура, която обхваща различни компоненти с въз­можност за надграждане и добавяне на нови модули;
* Балансираност между централизираната и разпределената обра­ботка на данните;
* Гъвкавост и адаптивност, което изисква адекватно отразяване на вътрешно-организационната и околната бизнес среда и настройка в зависимост от конкретните условия и промени;
* Максимален обхват на потребителите в съчетание със средства за групова работа в реално време;
* Използване на съвременни комуникации с богата функционал­ност и сигурност на работа на базата на Интернет, Интранет, Екстранет и технологията клиент/сървър;
* Интуитивен потребителски интерфейс без да затруднява пот­ребителите и да се налага специално обучение. Потребителите трябва да концентрират усилията си към изпълнение на преките си задължения, подпомогнати от информационната система;
* Контрол на правата за достъп на потребителите до всички видо­ве ресурси, включително и на външни потребители през Интернет;
* Трансфер на данни между разпръснатите обекти и централната база от данни;
* Поддръжка на мобилни потребители, осигуряваща комуника­ция чрез мобилен телефон.

Туристическият отрасъл е един от трите приоритетни сектори в програмата за развитието на българската1 икономика. Туризмът формира около 10% от брутния вътрешен продукт на страната, а приходите от туризъм през 2008 г. са се повишили с 14.6% в сравнение с 2007 г.[[7]](#footnote-7)

Поради икономическата криза обаче приходите от туризъм през първите два месеца на 2009 г. са се понижили с 8.7% спрямо януари- февруари 2008 година. Приходите от международен туризъм в текущата сметка на платежния баланс по данни на БНБ до месец август 2009 г. възлизат на 1 943 млн. евро, което е с 0.2% по-малко в сравнение със съ­щия период на 2008 г. Разходите на българските граждани за пътувания в чужбина за същия период са общо 909.4 млн. евро или с 16.4% по- малко спрямо същия период на 2008 година.[[8]](#footnote-8)

Не случайно една от очакваните тенденции в развитието на ту­ризма е значителното разширяване на ролята на ИКТ в хотелиерството и туроператорската дейност по отношение на търсенето, планирането и реализацията на пътуванията.[[9]](#footnote-9)

Туристическите информационни системи трябва да съответстват и на европейските стандарти за качество на съдържащата се в тях ин­формация и да бъдат отворени за интеграция с националните и светов­ните туристически портали. Заедно с това те следва да дават възмож­ност и на съвсем малките обекти и слабо известни дестинации в туризма да бъдат представени в електронния пазар и да се свържат с различни клиенти и партньори.

При създаването на стратегия за развитието на туристическите информационни системи трябва да се предвидят и потенциалните проб­леми, като:

* Изграждане на подходяща информационна инфраструктура, която да осигурява достъп до телекомуникационните мрежи в глобален и национален мащаб (Интернет, Интранет, Екстранет).
* Предоставяне на достатъчно пълна и разнообразна информа­ция за слабо използваните и неразработените туристически дестинации, услуги и развлечения.
* Професионална компютърна грамотност на персонала на всички равнища на управление не само относно възможностите на ком­пютрите, но и начина на тяхното използване.
* Недостиг на финансови средства за инвестиране в информа­ционните и комуникационните технологии, създаване и поддържане на динамичен уебсайт за онлайн резервации и разплащания.
* Интегриране и съвместимост на информационните системи на свързаните с туризма сектори - хотели, ресторанти, авиолинии, авто­транспортни фирми и др.
* Необходимост от стимули и правна рамка за насърчаване из­ползването на съвременни ИКТ в туризма, съпроводени с подходящи механизми за финансиране;
* Разгръщане на делово партньорство между туристическите фирми, което да улесни сътрудничеството и взаимодействието с клиен­тите и бизнес партньорите.

Еволюционните процеси към интернет икономиката налагат нови модели на поведение в туристическия бизнес. Интернет предоставя ал­тернативни пътища за промоция, дистрибуция, маркетинг и реклама на туристически продукти и услуги, които на практика генерират нов елек­тронен туристически пазар.

За съжаление обаче до сега в България няма изградена нацио­нална информационно-резервационна система. Това се дължи на липса­та на координация и съгласуване на действията на отговорните фактори и съчетаване на ресурсите, с които разполага туристическият сектор. Не са планирани и конкретни решения и задачи в това направление. Това обаче определено застрашава пазарните позиции на страната ни в гло­балния туристически пазар. Внедряването на единна интернет базира­на информационно-резервационна система за туристическата индуст­рия в България е важна предпоставка за устойчиво развитие на туризма и изграждане на имидж на страната като конкурентоспособна световна туристическа дестинация.

Най-важните предизвикателства на туристическите информа­ционни системи могат да се обобщят в следните направления:

* Реализиране на онлайн продажби на туристически продукти и услуги по всяко време на денонощието и във всяка точка на света;
* Елиминиране на посредниците чрез директно предлагане на туристическите продукти и услуги на крайните потребители;
* Възможност за изграждане на виртуален офис с по-ниски разходи по неговата поддръжка;
* Висока интерактивност на взаимодействието с клиентите с цел изучаване на тяхното мнение за ползваните туристически продукти и услуги чрез допитване или проследяване на техния модел на поведе- ние-при разглеждането на сайта;
* Провеждане на маркетингови проучвания на тенденциите в туристическия пазар и наблюдение на конкурентите;
* Изграждане на трайни връзки и задържане на лоялните клиенти;
* Създаване на демографски профили на различните сегменти на туристическия пазар;
* Възможност за заявка и покупка на туристически продукт или услуга в момента на разглеждане на уебсайта на фирмата;
* Разширяване на продуктовата гама, иновации и специали­зиране на предлаганите услуги.

Така че конкурентоспособността и успехът на туристическата фирма зависят в много голяма степен от внедряването на новите инфор­мационни и комуникационни технологии и решения.

Внедряването и развитието на ИКТ е ключов фактор не само за успеха, но и за оцеляването на туристическите фирми в новия информа­ционен век. Динамиката на глобалния туристически пазар стимулира използването на съвременни ИКТ в сферата на туристическия бизнес. Тенденциите в развитието на световния туризъм налагат потребността от внедряването на съвременни, гъвкави и мощни информационно-ре- зервационни системи, които да интегрират българския туризъм към електронния туристически пазар.

**Европейската статистика на информационното общество - основа за управление на информационните и комуникационните технологии в предприятията**

Изграждането на единно европейско информационно пространст­во е важна предпоставка за развитието на отворен и конкурентен пазар за информационното общество и медийните услуги. Европейският съвет от март 2005 г. акцентира върху значението на всеобхватното информа­ционно общество, основаващо се на по-пълното използване на информа­ционните и комуникационните технологии (ИКТ) в областта на общест­вените услуги, малките и средните предприятия и домакинствата. Ефек­тивното използване на ИКТ в предприятията и административните орга­низации насърчава отворената и конкурентоспособна икономика, осно­ваваща се на цифрови технологии, както и процесите на социално включване и подобряване качеството на живот.

Рамковата програма за конкурентоспособност и иновации (2007 - 2013 г.) на Европейския парламент" очертава възможностите за инова­ции в Общността, за подпомагане на устойчивото развитие, основано на балансиран икономически растеж. Изпълнението на тази програма изисква наличието на надеждна аналитична основа, формирана на база­та на официални статистически данни, която да определя политиките в различни области. Процесът на очертаване на единното европейско ин­формационно пространство изисква показатели, основаващи се на хар­монизирана статистическа информация относно информационните и ко­муникационните технологии в предприятията, физическите лица и до­макинствата.

Бързопроменящият се характер на информационното общество налага производството на статистическата информация да се адаптира непрекъснато към новите реалности. Това затруднява съгласуването на статистическата информация за информационното общество, произвеж­дана от националните статистики на държавите - членки и обуславя необходимостта от създаване обща рамка за системно изготвяне на статистически данни за информационното общество в Общността.

*Целта на настоящия доклад* е изясняване на необходимостта, методологическите концепции и проблемите на европейската статисти­ка на информационното общество като ефективно средство за управле­ние на информационните и комуникационните технологии в предприя­тията.

Производството на статистически данни за информационното об­щество на европейското равнище се обуславя от няколко фактора:

* Необходимост от съгласувана статистическа информация за раз­работване на структурните показатели за социално-икономическото със­тояние на Европейския съюз.
* Необходимост от сравнително оценяване на политическите стра­тегии в ЕС относно развитието на европейското информационно про­странство, бизнес иновациите и информационното общество.
* Стимулиране развитието на информационното общество чрез за­силване на инвестициите в научни изследвания в областта на информа­ционните и комуникационните технологии и използване на техните пре­димства за по-добри публични услуги и качество на живот.
* Създаване на единна методологическа основа за анализ на систе­мите за информационни и комуникационни технологии и използването им от предприятията, физическите лица и домакинствата.

Настоящата статистика на ЕС за информационното общество се основава на Регламент (ЕО) 1006/2009 г., с който се допълва и актуали­зира действащия до края на 2009 г. Регламент (ЕО) 808/2004 г. относно статистическите данни на Общността за информационното общество. Това са рамкови регламенти, които позволяват гъвкавост и адаптивност към динамичните потребности на потребителите на статистическа ин­формация и гарантират хармонизирани данни за всички държави - член­ки на ЕС-27. Евростат разработва методологията на наблюденията в областта на информационното общество, като очертава изискванията по отношение на обхвата, продължителността и периодичността на проуч­ванията, включените теми, характеристиките, вида на представяните документи и др. Методологията и методическите указания са съгласу­вани с националните статистически органи и с ОИСР.

Статистиката на информационното общество се осъществява чрез набиране на данни в две направления (два модула):

* Модул 1: Предприятия и информационно общество.
* Модул 2: Физически лица, домакинства и информационно общество.

Целта на Модул 1 е навременното предоставяне на статистически данни за системите за информационни и комуникационни технологии и използването им в предприятията, електронната търговия, електронните бизнес процеси и др. Статистическата единица е отделното предприя­тие, като настоящият модул обхваща стопанските дейности, включени в раздели С - N и R от статистическата класификация на икономическите дейности NACE Rev. 2. Темите, характеристиките, обхвата, периодич­ността на предоставяне на отделните характеристики се определя след съгласуване на националните статистически органи на държавите - членки. Статистическите данни се предоставят ежегодно, като регла­ментът определя само концептуалната рамка на предоставяния статис­тически продукт.

Темите, които ще бъдат обхванати за референтната 2010 г., са следните:

* ИКТ системи и използването им в предприятията;
* Използване на интернет и други електронни мрежи от пред­приятия;
* Електронна търговия и електронни бизнес процеси;

У Защита на ИКТ;

* Инвестиции в ИКТ и разходи за ИКТ.

По първата тема - ИКТ системи и използването им в предприя­тията, наблюдението се извършва на два етапа: за всички предприятия по признака „използване на компютри", а на второ ниво за предприя­тията, използващи компютри, се наблюдават следните характеристики:

* процент на наетите лица, използващи компютри поне веднъж седмично;

е използване на вътрешна компютърна мрежа;

* използване на вътрешна начална страница (интранет);

е използване на екстранет и др.

Характеристиките, които трябва да бъдат събирани по втората тема - използване на интернет и други електронни мрежи, са в следните направления:

* достъп до интернет;
* интернет връзка: традиционен модем, DSL, мобилна широко­лентова връзка, друга фиксирана интернет връзка или мобил­на връзка и др.

По-нататък изследването се детайлизира по групи предприятия според вида на използваните чрез интернет услуги - получаване на фор­муляри, продуктови каталози, правене на онлайн поръчки, резервации и заявки и пр.

По третата тема - електронна търговия и електронни бизнес про­цеси, характеристиките, които трябва да бъдат събрани за предприя­тията, ползващи компютри, са следните:

* използване на автоматичен обмен на данни (АОД);
* електронен и автоматичен обмен на съответна информация за

получени поръчки за продажби;

* електронен и автоматичен обмен на съответна информация за

изпратени поръчки за продажба;

* използване на софтуерен пакет ERP (Enterprise Resource

Planning — планиране ресурсите на предприятието); е използване на софтуерни приложения за управление на ин­формацията за клиентите (Customer Relationship Management или CRM — управление на връзките с клиентите) и др. Информацията по тази тема е база за изчисляване на следните показатели за характеризиране дейността на предприятията, които са получавали поръчки чрез компютърни мрежи:

* процент от общия оборот, който е реализиран от поръчки, получени чрез компютърни мрежи през предходната кален­дарна година;
* процент на продажбите чрез електронна търговия, реализи­рани с поръчки, получени чрез интернет страници през пред­ходната календарна година; <> процент на продажбите чрез електронна търговия, реализира­ни с поръчки, получени чрез електронно предаване, позволя­ващо автоматична обработка през предходната календарна година и др.

Характеристиките, които се събират по четвърта тема - защита на ИКТ, са свързани с установяване относителния дял на предприя­тията, притежаващи определени признаци: наличие на официално оп­ределена политика за защита на ИКТ; провеждане на задължително обу­чение на персонала за защита на ИКТ; наличие на инциденти с ИКТ от различен характер и др.

По петата тема - инвестиции в ИКТ и разходи за ИКТ, се набира информация по избор за два типа характеристики. От една страна се от­чита сумата на закупените ИКТ и едновременно се изчислява относи­телният дял на конкретния вид ИТ стоки в общия размер на инвестиции­те в предприятието, например:

* закупуване на ИТ стоки (компютри и периферни устройства) и комуникационни стоки и относителен дял на закупените ИТ

и комуникационни стоки, включени в счетоводния баланс на предприятието (инвестиции);

* закупуване на софтуер с общи и персонализирани настройки и относителен дял на закупения софтуер с общи и персонали­зирани настройки, включен в счетоводния баланс на пред­приятието (инвестиции) и т.н. За предприятието като статистическа единица се набират данни за: основната икономическа дейност на предприятието за предходната календарна година, средният брой на наетите лица през предходната го­дина и (по избор) времето за попълване на въпросника. Предприятията, обект на наблюдение, са класифицирани в следните икономически дей­ности по NACE Rev.2 (виж табл.1):

*таблица 1 Икономически дейности no NACE Rev.2*

|  |  |
| --- | --- |
| Категория от NACE | Описание |
| Раздел С | Преработваща промишленост |
| Раздели D, Е | Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия |
| Раздел F | Строителство |
| Раздел G | Търговия: ремонт на автомобили и мотоциклети |
| Раздел Н | Транспорт, складиране и пощи |
| Раздел I | Хотелиерство и ресторантьорство |
| Раздел J | Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения |
| Категории 64.19,64.92,66.12 и 66.19 | Финансови и застрахователни дейности |
| Групи 65.1 и 65.2 |  |
| Раздел L | Операции с недвижими имоти |
| Клас 69-74 | Професионални дейности и научни изследвания |
| Раздел N | Административни и спомагателни дейности" |
| Група 95.1 | Ремонт на компютърна и комуникационна техника |

В България наблюдението за използването на ИКТ и електрон­ната търговия в предприятията се провежда ежегодно от 2004 г. Мето­дологията и статистическият инструментариум са съобразени с изисква­нията на Евростат. Наблюдението се базира на случайна пропорцио­нална извадка. Обемът на извадката е около 4500 предприятия, селекти­рани по групи на NACE (НКИД 2003 и НКИД 2008) и брой заети лица. Формирани са три групи предприятия: от 10 до 49 заети (първа група); от 50 до 249 заети (втора група) и над 250 заети (трета група). Тъй като предприятията с над 250 заети се наблюдават изчерпателно, то претег­ляне на резултатите се прави за предприятията от първа и втора група.

Данните от проведените изследвания показват, че през послед­ните години се запазва тенденцията на растеж и все по-широко прило­жение на информационните и комуникационните технологии в пред­приятията в България. Независимо от това, все още процентът на пред­приятията с достъп до интернет (около 84% от общия брой на пред­приятията с над 10 заети лица) е по-нисък в сравнение със средното рав­нище на показателя за ЕС - 97%. Делът на предприятията, които имат достъп до интернет, през 2009 г. е нараснал с около 8% спрямо пред­ходната 2008 година. Най-чувствително е увеличението в малките и средните предприятия - съответно с 11% и 3%. В третата група с над 250 заети се наблюдава леко намаление с около 1% в осигуряването на интернет достъп на служителите си.

Информационни и комуникационни технологии, на които се пада значителна част от европейската производителност и растеж, се транс­формират в нашите общества и икономики по дълбок и безпрецедентен начин. Официалната статистика е абсолютно необходима за информи­раното разбиране на последствията от хода на тези трансформации. Измерването на информационното общество чрез статистиката на ИКТ, на бизнес процесите и производителността, е област, в която показа­телите и инструментариумът подлежат на непрекъснато преразглеждане и усъвършенстване. Набраната и анализирана информация е надеждна основа за вземане на ефективни управленски решения в предприятията, които да отговарят на нуждите на потребителите и да отразяват бързия темп на технологични промени.

**ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА**

1. Информационни технологии в бизнеса – доц. д-р. Виолета Краева ; доц. д-р. Емил Денчев ; доц. д-р. Камелия Сефанова ; доц. д-р Красимир Шишманов ; гл. ас. Павел Петров ; доц. д-р. Румен Върбанов ; гл.ас. д-р. Силвия Парушева – Издателство Фабер 2009 г.
2. Икомомическа социология – Ваня Генева; Никола Георгиев ; Румяна Чонова ;– Свищов 2009 Издателство ”Д.А.Ценов”(второ преработено издание)
3. Международна научна конференция Системи за управление на бизнеса в малки и средни предприятия – доц. д-р. Агоп Саркесян ; доц. д-р. Ана Кънчева ;доц. д-р. Величко Адамов ; доц. д-р. Виолета Краева ; доц. д-р, Иван марчевски ; доц. д-р. Любен Краев ; доц. д-р. Румен Върбанов ; проф. д-р. Ик. Н. Честов. Д. В. – 23 – 24 април 2010 г. Свищов.

1. 1 Вж. Кастелс, М. Информационната епоха: икономика, общество и култу­ра. Том 1. Възходът на мрежовото общество. София, 2004. [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://dnes.dir.bg/> [↑](#footnote-ref-2)
3. Пак там. [↑](#footnote-ref-3)
4. <http://www.cnews.rii/> [↑](#footnote-ref-4)
5. в-к itFORUM. бр. 18, 8-14.05.06, Приложение: ИТ в туризма. [↑](#footnote-ref-5)
6. Пак там. [↑](#footnote-ref-6)
7. <http://money.ibox.bg/news/id_249005853> [↑](#footnote-ref-7)
8. <http://www.tourism.govemment.bg/bg/stat.php?menuid=3&id=3> [↑](#footnote-ref-8)
9. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2009- 2013. <http://www.tourisni.government.bg/files/politics/file_230_bg.pdf> [↑](#footnote-ref-9)