****

**Факултет: Мениджмънт и Маркетинг**

**Специалност: Бизнес информатика**

Доклад

***На Тема***

Новата (Интернет) икономика.

***Изготвил: Теодор Георгиев Пенев***

***Фак. № 115013***

***Учебна година: 2012/2013***

***Гр. Свищов***

**Съдържание:  
  
Информационното общество и цифровата иконо­микa .. 2 стр.  
  
Предпоставки за възникване на новата икономика …… 6 стр.** **Характеристика на цифровата икономика ……………... 7 стр.**

**Информацията и производителността на труда ……...… 9 стр.**

**Източници на конкурентоспособност …………...……… 11 стр.**

**Информационната система на туристическата фирма в условията на цифровата икономика ................................. 12 стр.**

**Новото международно разделение на труда и електронната търговия ………………………………………...................... 17 стр.**

**Европейската статистика на информационното общество - основа за управление на информационните и комуникационните технологии в предприятията .......... 19 стр.**

**Използвана литература : ...................................................... 26 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.

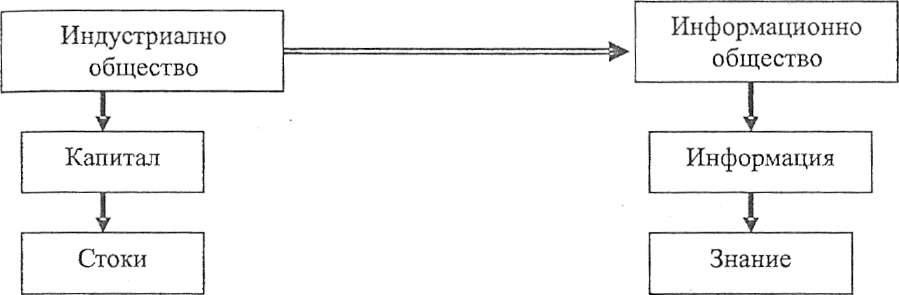
За пръв път понятието "информационно общество" се появява в Япо­ния, в доклада на специална група за научни, технически и икономически изследвания, създадена от японското правителство за разработка на перспек­тивите за икономическо развитие на страната. Там са определени следните ха­рактеристики на новото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

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 супермагистрала 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-конкурентоспособни 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.

**Предпоставки за възникване на новата икономика**

Поради огромното количество свързани потребители, невероятната скорост на разпространение на информацията, и на липсата на определящо значение на разстоянията, фирмите могат да предлагат стоки и услуги не само локално, но и на потенциални клиенти по цялото земно кълбо. Както [Грегори Манкю](http://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8_%D0%9C%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%8E) определя през 2003, „преимуществата на информационните технологии като Интернет са неимоверни и повлияват много дялове на икономиката“.

В една ранна статия Яайн Валанс (1993) вижда комуникацията между бизнеси и техните клиенти като ключова за успеха в Интернет икономиката.

Мондал (1999) отбелязва, че различията в цените, базирани на лоша информация или географска дистанция няма да просъществуват в Интернет икономиката. Той също отбелязва, че бизнесите вероятно ще приспособяват техните цени по-често в отговор на Интернет конкуренцията.

Електронният бизнес и електронната търговия са фундамента за формиране и развитие на на новата икономика.

Едни от най-важните особености на ИТ, които имат решаващо влияние за развитието на бизнеса днес са:

Устойчив ръст на пазара на ИТ;

Промяна в ролята на ИТ;

Интернет, като материализация на съвременните ИКТ и като катализатор за развитието им;

Мигриране на бизнеса към Интернет;

Нараства ролята и значението на корпоративните приложения;

Формирането на новата икономика;

Изграждане на IP мрежи;

Виртуализация на сърварите и корпоративната инфраструктура.

**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.

**Информацията и производителността на труда**

Информацията е продуктът, който се получава в резултат на обработка на данни, обработвани с определена цел. Това е семантичното съдържание на данните, основата за подготвяне и вземане на управленски решения, т.е. информацията трябва да притежава определен смисъл, което изисква интерпретирането на този термин да се свързва с хората, за които е потребна информацията.

Зависимостта между данните и информацията:

Цел

Инфромация

Обработка

Решения

Данни

Знания

При новата икономика имаме незабавен достъп до информация, необходима за изпълнение на служебните задължения и вземане на решения. Това е една от характерните и особености. Освен бъзия достъп до информацията интернет икономиката има и някои други много важни характерни особености:

Интерактивен характер на работата;

Осигуряване пряка връзка производител – потребител.

Широко използване на мултимедийни средства за изпълнение на работата.

Възможност за създаване на стоки и услуги, максимално отговарящи на заявките на клиентите;

Създаване на виртуално пространство

Третирането на ифнормацията която е обект на покупко-продажба като стока в процеса на организацията и управлениетой, на практика означава прилагане на нов подход към нея и към бизнес ИС. Основен аспект на този подход е, че в своята дейност информационният отдел и мениджърската информационна система на фирмата трябва да се ръководят от някои пазарни закони:

Първо, информацията е специфична стока, която съществено се различава от другите стоки.

Второ, не е възможно стоковият подход към информацията да се приложи навсякъде в “чист” вид, когато потребителите на информация и информационни услуги поемат всички разходи по преобразуването на информацията и поддържането на информационните системи.

Трето, не винаги и не във всички случаи информацията има стоков характер.

Четвърто, за информацията се заплаща, за да може да се използва за вземане на решения от мениджърите.

Разпространението на ИТ в офиса и всички останали области на обществения живот се нарича компютърсизация. В този смисъл компютъризацията е процес на всестранно разпространяване на знания с помощта на ИТ и тяхното ефективно използване на съвременната информационна и комуникационна техника и технологии в различни области. Компютъризацията означава ново схващане за информацията, нов подход към нейното създаване и разпространение пру пълно разбиране и приемане на нарасналата й икономическа и социална значимост.

Анализът на някои процеси, свързани с нарастване ролята на информацията и използването на ИТ, навежда на някои съществени изводи за компютъризацията.

Първо, практиката на развитите държави показва, че комп’търизацията на обществото практически може да се осъществи при наличието на редица предпоставки: ново отношение към информацията като към ресурс; разко нарастване на търсенето на информация и на интереса към управлението на информационните ресурси на национални ниво; високо технологично равнище на страната; силно развити комуникационни мрежи, наличие на общи комуникационни системи и универсални правила за преобразуването на информацията; широко развита система за потребление на информационни услуги, които са достъпни за масовия потребител благодарение на развити системи за комуникации; структурни промени в заетостта на населението, при което над 50% от заетите се трудят в информационната сфера; високо ниво на информационна култура, както сред служителите в офиса, така и сред всички членове на обществото.

Второ, компютъризацията размива границите между сферите на труда и отдиха, между частната и обществената сфера от живота на човека. Бързо расте числеността на служителите, които извършват голяма част от работата си вкъщи.

Трето, създава се възможност за ефективен контрол на държавата, респ. на нейните органи, върху поведението на отделните граждани с оглед на разкриване и предотвратяване на социално нежеланите действия.

Четвърто, индустриализира се умствения труд, като ИТ влияят определено върху характера и организацията на умствения труд на научната и художествената интелигенция. Това става чрез предоставяне на нови мощни компютризирани средства и чрез промяна в работната среда.

Пето, информационната технология започва да оказва все по-голямо влияние върху отношенията между хората. ИТ не само рационализират организацията на работа, но и неусетно установяват определно поведение у хората и определен начин на действие като най-правилен; техниката става проводник на норми на поведение в живота на хората.

Шесто, информацията се превръща в елемент на властта. Компютрите трайно се “вграждат" в системата на обществените отношения, а самите информационни системи се превръщат в много съществена част на социалната реалност.

ИТ революционизират не само управлението и производството, но и цялата система от обществени отношения. И в този смисъл те могат да се разглеждат като основа за радикални и в много отношения революционни промени в икономиката и обществото (производителността на труда).

**Източници на конкурентоспособност**

Знанието и иновациите са едни от най-важните източници на конкурентоспособност, именно това посочих по-горе в текста-квалификацията.

Колкото по-квалифициран е персонала на една фирма, то толкова по - конкурентоспособна е тя. Колкото повече се стремят хората към знание, толкова по-нагоре се изкачват, започват да работят за обновяването на фирмата, за нейното разрастване. Интернет икономиката осигурява по-добър достъп до информацията която е необходима на клиента. Все повече хора предпочитат да получат необходимата информация за продукт, услуга, цена и други чрез интернет. Достъпът е по-бърз, точен и в повечето случаи не изисква никакви разходи. Ето защо фирмите, които разполагат с информация в интернет пространството (WEB сайт, блог и т.н.) са много по-конкурентоспособни от другите в своята област.

Иновациите са друг източник на конкурентоспособност. Много важно за правилният подбор на етапите на иновации е отново квалификацията на персонала. Нещата са навързани. В следствие на този правилен подбор, при добро изпълнение на плановете за иновации конкурентоспособността се покачва. Трудно е вече да се каже, че фирма с Web сайт има по-големи шансове за развитие от други, защото сайтовете придобиват все по-голяма известност и почти е невъзможно да се намери фирма без такъв. Дори и да няма, то тя със сигурност е направила реклама във някой друг портал. Следователно, колкото по практичен е сайта, колкото по достъпно е изработен той, толкова по-голям шанс има той да рекламира фирмата.

**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.[[1]](#footnote-1)

е Ограничен достъп до Интернет - 9% от населението, което ни нарежда на предпоследно място в Европа, преди Турция.[[2]](#footnote-2)

* 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.[[3]](#footnote-3)
* 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.[[4]](#footnote-4) 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.[[5]](#footnote-5)

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.[[6]](#footnote-6)

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.[[7]](#footnote-7)

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.[[8]](#footnote-8)

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.

**Новото международно разделение на труда и електронна търговия**

Дълбокият смисъл на икономическата активност е да се създават блага, които хората потребяват. Човешката история е непрекъснат процес на търсене на по-ефективни форми на организиране на производството на блага.

Производството на всяка стока изисква комбинация на различни фактори - природни ресурси, капитал, работна сила, технологии и т.н. За всяка стока е необходима различна комбинация и съотношение между отделните фактори. А те са разпределени неравномерно по света. Едни страни разполагат с изобилие на природни ресурси, други - с работна сила, трети - с капитали, четвърти - с технологии.

В наши дни международното разделение на труда се отличава съществено от онова разделение на труда върху международна основа, което се налага със зараждането на капитализма. През 19 век и първата половина на 20 век на базата на старото международно разделение на труда в света се бяха обособили индустриален център/развитите капиталистически държави/,полупериферия/ в която влизаха формално независими, но икономически слаби страни/ и периферия/ колонии и полуколонии/. В края на 20 век световното стопанство представлява сложна мозайка от национални и блокови стопански комплекси с различна степен на развитост, с различен потенциал, с различни стратегии.

Съвременното международно разделение на труда е обособило няколко "мегапазара" в световната икономика. В света сега доминират три региона - Северна Америка, Европейския съюз с тенденция да обхване по-голямата част от стария континент и Източна и Югоизточна Азия.

Съвременното международно разделение на труда не може да бъде напълно разбрано, ако не се отчита ролята на транснационалните компании в световното стопанство. Даже вече има известно основание да се говори за международно разделение на труда в рамките на отделните корпорации. Разбира се, новото се появи като резултат от усилията за минимизиране на разходите за производство в конкретната обстановка в следвоенния период. Развитието на технологиите позволи разкъсването на отделни фази на производствения процес и организирането им в различни части на света. За това допринесоха транспортът и новите комуникационни технологии.

За появата на електронния бизнес имат значение няколко важни предпоставки:

* + Развитието на интернет технологиите и тяхното използване в деловата сфера;
  + Навлизането в дигиталната ера и дигиталната икономика;
  + Глобализацията на икономиката;
  + Определящата роля на ИКТ за развитието на бизнеса;
  + Информационната революция от края на 20 и началото на 21 век.

В литературата има няколко вида определения за електронна търговия:

* В повечето случаи не се прави разлика между електронния бизнс и електронната търговия, като се приема, че и едното и другото се базират на онлайн бизнес чрез използването на компютърни мрежи и Интернет;
* Терминът електронна търговия включва всяка делова транзакция, която се осъществява чрез компютърна мрежа или Интернет;
* Към електронна търговия могат да се отнесат тези сделки, в резултат на които се предават права на собственост върху реален или виртуален продукт.

Електронната търговия е само един от спектите на електронния бизнес, наред с електронното правителство, електронният магазин, електронното консултиране, електронните разплащания, електронният маркетинг, електронното обучение.

ЕТ не е изолирана, автономна дейност, а съставна част от електронния бизнез. Наред със своите основни задачи електронната търговия обхваща и връзки с други процеси на електронния бизнес, които се осъществяват в качествено новата среда на WEB. Тук преди всичко се отнасят няколко предметни области, които са тясно свързани помежду си:

* Планиране ресурсите на предприятието;
* Управление на взаимодействието с клиенти;
* Управление на логистичните вериги за доставки;
* Интелектуално осигуряване на бизнеса.

ЕТ представлява реализация на традиционните бизнес процеси в нетрадиционна среда, т.е. онлайн търговията е основа на електронния бизнес. Преходът от обикновения бизнес към електронният, съществено променя отношенията между производители, доставчици и потребители като въвежда нови правила и модели.

Предимства на ЕТ:

* Разширяване на пазара от регионален до национален или международен обхват;
* Създават се предпоставки за намаляване на стойността за създаване на продукта, разпространение, обработка на поръчките и съхраняване на информацията;
* Подобряване на облужването на потребителите;
* Създаване на продукти по поръчка;
* Съкращаване на разходите за инвентаризация;
* Нарастване на производителността;
* Намаляване стойността на телекомуникациите;
* Съкращаване на времето за обучаване на персонала.

Недостатъци на ЕТ:

* Продължителен срок за връщане на направените инвестиции;
* Необходимост от добре организирана ИТ стуктура;
* Висока квалификация на служителите;
* Колабориране с други субекти в Интернет, добро познаване на WEB технологиите и др.

**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;
* 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 |
| 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 Стефанова ; 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.
4. Wikipedia
5. Допълнителни цитати от различни сайтове, със случайно съвпадение на темите.

1. <http://dnes.dir.bg/> [↑](#footnote-ref-1)
2. Пак там. [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.cnews.rii/> [↑](#footnote-ref-3)
4. в-к itFORUM. бр. 18, 8-14.05.06, Приложение: ИТ в туризма. [↑](#footnote-ref-4)
5. Пак там. [↑](#footnote-ref-5)
6. <http://money.ibox.bg/news/id_249005853> [↑](#footnote-ref-6)
7. <http://www.tourism.govemment.bg/bg/stat.php?menuid=3&id=3> [↑](#footnote-ref-7)
8. 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-8)