



Приложение на информационно- комуникационни технологии в управлението на туристическите дестинации

Гл. ас. д-р Надя Миронова,
УНСС

От различните техники за управление на териториално ориентираните туристически организации, концепциите за „управление на дестинациите“ (destination management) и маркетинг на дестинациите (destination marketing)¹ са най-актуални. Целта е постигането на конкурентоспособност на дестинацията, за която информационно-комуникационните технологии (ИКТ) са ключов фактор.

Портър (Porter) обосновава теория, свързана с конкурентното предимство на национално, регионално и местно ниво в контекста на глобалната икономика². Тази теория дава основна роля на дестинацията, дефинирана като *териториална концентрация на съвкупност от предприятия, специализирани доставчици, предприятия в сферата на услугите и пр., опериращи в среда на туристически обекти, където не само се конкурират, но се и допълват взаимно*. Затова и във вътрешността си, дестинацията се

представя като комбинация от конкуренция и сътрудничество.

Информационно-комуникационните технологии в управлението на дестинациите

В последното десетилетие, обаче, бурното развитие на интернет тотално промени и потребителите. Информационно-комуникационните технологии (ИКТ) се превърнаха в ключов елемент от съвременното развитие на туристическата индустрия и в частност от управлението на дестинациите. Постигането на критерии за ефективност на управлението в туризма изисква такова управление, с което на туриста се гарантира постоянно качество на предлагания туристически продукт или услуга, независимо от количеството или срока за изпълнение, както и съответствие с приложимите нормативни изисквания, и стандарти. Системата за управление по същество е насочена да стимулира непрекъснатото повишаване на удовлетворението на туриста.

В широк смисъл елементите на системата за управление са:

- организационна структурата и планиране;
- ресурси и документация, необходими за постигане на целите на организацията, за да се осигури подобряване на продукта и услугата, и да се удовлетворят изискванията на туристите.

Системите за управление са основен фактор за просперитета на туристическата фирма. Факт е, че новите стандарти в туризма освен, че повишават сериозно конкурентоспособността, се отразяват положително на качеството на услугата. Например внедряването и ефективното използване на системи за управление базирани на ISO 9001 и други стандарти, водят до намаляване на производствените разходи, увеличение на производителността при намаляване на себестойността, нарастване на печалбата и елиминиране на неефективните бизнес процеси.

Системите за управление не са само за големите хотели или хотелски комплекси. Те могат да бъдат прилагани в хотели и

¹ Pechlaner H., Weiermair K., *Destination Management* T.C.I., Milano, 2000

² Porter M. E., *The Competitive Advantage of Nations*, MacMillan, New York, 1990



предприятия със всякакви размери и за всички аспекти на управлението, като маркетинг, продажби и финансови дейности и всякакви други основни дейности за предприятието. От мениджмънта зависи решаването на обхвата на приложението.

Системата за управление не трябва да води до прекалена бюрокрация, до създаване на прекалено много документация или до липса на гъвкавост. Добре е да се запази структурата на управление, която повечето предприятия или хотели в туризма вече имат и това да бъде основата за разработване на система за управление. Възможно е някой от предприятията в туризма да изпълняват много от изискванията на стандартите, но да не са обяснили, систематизирали и описали как са постигнали това.

За вътрешната организация на своята фирмена дейност фирмите в туризма използват различни организационни схеми базирани на програми за мениджмънт на вътрешни комуникационни мрежи, докато връзката с другите фирми от бизнеса е изградена върху локални, централизирани и глобални информационни и резервационни системи.

ИКТ оказват силно въздействие върху всички сектори в туризма. Внедряването на компютърни системи за управление, реклама, дистрибуция и комуникации допринася за съществени ползи и предизвиква генерални промени в туристическата индустрия.

Функционалността и техническата реализация на различните системи са взаимно свързани фактори силно зависими един от друг. Развитието на технологиите провокират развитието на нови функционалности и обратно – търсенето на нови функционалности стимулират разработката на нови технически решения.

Туристическият сектор е може би най добрият пример за разликата между бизнес профилите на сектора на услугите и този на производството. Поради специфичната си структура и профил, електронният бизнес в този сектор трябва да се разглежда като характерен за него. Анализите показват, че онлайн маркетинга и продажбите са много по-добре развити в туристическият сектор отколкото в другите сектори. Същите анализи обаче показват, че автоматизирането на

вътрешните бизнес процеси и интегрирането на процесите за доставки не се смятат за толкова важни в туристическите фирми.

Електронният обмен на информация в туризма е познат отдавна. През 60-те години големите световни авиационни компании разработват Централизирана резервационна система - Central Reservation System (CRS), с цел по-добър контрол на продажбите, но през 70-те CRS се превръща в основен инструмент за туристическите агенции - достъп до базата данни и информационната система на избрания авиопревозвач и начин за извършване на резервации.

Туристически информационно-резервационни системи

През годините системата на туристическото обслужване постоянно се подобрява и разширява броя на предлаганите услуги и днес т.нар. Global Distributions Systems (GDS) са в основата на обслужването на едно гише в днешните туристически агентски бюра. Най-разпространените и познати системи са "Амадеус" (Amadeus), "Галилео" (Galileo), "Уърлдспан" (Worldspan) и "Сейбър" (Sabre), те са и най-използваните от туристическите агенции. Основната им цел е продажбата на самолетни билети, но предлаганите услуги вече включват голям избор от хотели, рент-а-кар, круизи и т.н. Целта е, посещавайки агенцията и закупувайки си билет за полет, клиентът да има възможност да избере и останалите елементи на почивката си.

Туристическите информационно-резервационни системи (ИРС) се развиват в съответствие с тенденциите на развитие на световния туризъм, свързани с информационните технологии:

- Комуникация с клиента – позволяват гъвкава употреба на различните комуникационни и информационни канали, избор на технологии и дизайн;
- Концентрация на услугите във вериги и курорти - осъществяват свързване на различни туристически обекти чрез информационни масиви;
- Услуги в реално време – информация, резервация и продажби – ИРС представляват развити, сложни и сигурни информационни системи, гарантиращи



постоянен достъп, оторизация на потребителите, конфиденциалност и сигурност на информацията;

- Динамика на туристическите продукти, иновациите и промените в туристическата индустрия – мощен маркетингов инструмент с комуникационна функционалност, осъществяващ промоция и дистрибуция на туристическите продукти. Употреба на инструменти за обратна връзка с аудиторията подпомагащи процеса на подготовка и инженеринг на новите продукти;

- Мобилност на квалифицирания персонал – притежават вградени средства за интерактивно обучение на различните групи от потребители;

- Клиенти с по-високи изисквания и широк спектър от потребности, по висок стандарт на услугите – представят възможност за въвеждане на богата информация за туристическата дестинация като цяло и за отделните туристически обекти, както и инструментариум за селекция и сравнение на желаня продукт по редица критерии – качество, цени, допълнителни услуги и др.

- Развитие на еко и културен туризъм – в информационните части поддържат необходимата туристическа информация за флора, фауна, демография, етнос, обичаи поддържаща развитието на допълнителни специализирани форми на туризъм;

- Глобализация на конкуренцията – компютърните системи обединяват ресурсите и усилията на множество туристически обекти с цел повишаване на конкурентно способността на туристическия продукт. Осъществяват ролята на глобален медиум за глобална промоция и дистрибуция, чрез приемите на Е-бизнеса;

- ИТ като инструмент за планиране, управление и маркетинг – генериране на редица управленски справки и позволяване на развитието на нови такива с цел ефективно управление и планиране на организационната политика;

ИРС създадат единна информационна и комуникационна среда за много по-успешна дейност по национална, регионална и фирмена реклама, промоция и дистрибуция на предлаганите български туристически

продукти и свързаните с тях допълнителни услуги. Географската неограниченост на Интернет базираните системи позволява разширяването на продуктовата палитра на регионално и локално ниво и улеснява малкия и средния туристически бизнес да предлага и продава много повече самостоятелно или чрез туристическите бюра и центрове, като обединява маркетинговите им уси

Едно от най-новите приложения в системата е услугата request pool - запитвания за резервации на конкурентен принцип. Тук крайният потребител прави своето запитване, а хотелите от базата данни отговарят, стремейки се да дадат най-добрите предложения. Така клиентът получава пул от атрактивни оферти, а хотелът става активен участник в привличането на клиенти и получава възможността да генерира повече клиенти, като действа на индивидуален принцип. лия и ресурси.

Интегрирани системи за управление на дестинациите

Познати под името DMS (Destination Management System) или на български СУД – системи за управление на дестинациите, тези инструменти са създадени конкретно, за да разпространяват различна информация за продукти и услуги, предлагани в съответна дестинация и информация за дестинацията като цяло, гарантирайки в същото време технологични възможности за покупки, резервации и пр.

Такива системи, определяни също и като интегрирани, са възприети по начин, който да позволи включването и на услуги, предлагани от малки предприятия и туристически структури със сравнително малки размери, често със семейно управление, които биват изключвани от традиционните канали за разпространение³.

Години след първото появяване на концепцията за СУД, може да се направи равносметка на натрупания опит. Анализирайки някои от най-използваните на европейско ниво системи като TIScover (Австрия), Gulliver (Ирландия), VisitBritain (Англия) и VisitScotland (Шотландия) може да се заключи, че на практика думата „управление” в

³ O'connor, P (2002) *The changing face of destination management systems*, Travel & Tourism Analyst Vol 2, 1-25



наименованието им е заменена от „маркетинг“, ограничавайки многократно стратегическото използване на такива системи.

Характеристики на системите за управление на дестинациите

Общите характеристики могат да се класифицират в няколко подгрупи: интегрираност, модулност, единство на данните, разпределеност на функциите, гъвкавост, отвореност, адаптивност, максимален обхват на участниците, минимизиране на необходимите инвестиции, етапност, достъп на потребителите до всички видове ресурси, достъп на външни потребители през интернет до базите данни, трансфер на данни между разпръснати обекти и основната база данни и поддръжка на мобилни потребители.

Интегрираност – изискванията за интегрираност са:

- еднократно въвеждане на данните – данните се въвеждат еднократно в системите там където възникват и се използват навсякъде където са необходими;
- проследяване на действията – системите поддържат информация за действията на потребителите и за тяхната последователност;
- унифициране на клиентското работно място – клиентските работни места са унифицирани съобразно потребителските групи;
- системна прозрачност – поддържат се средства за администраторите и потребителите, представляващи стройна система за нотифициране и съобщения, позволяваща проследяването на пътя на съответните съобщения и функционалности;
- висока скорост на извличане на информация – използвания базов софтуер и програмни алгоритми позволяват максимално уплътняване на комуникационните канали и висока скорост на извличане на информацията.

Модулност

Използване на хетерогенна архитектура, основана на компонентна технология, която позволява изграждането на нови приложения с използване на съществуващи съставни блокове/модули. Изграждат се самостоятелни части,

които моделират функционалността. Това позволява разграничаването на етапи в разработката и внедряването на различните функционални части и възможност за поддръждане по приоритети на изпълнението съобразно решенията на мениджмънта.

Единство на данните

Данните се въвеждат там, където възникват и се ползват, където са необходими. Веднъж въведена, информацията може да бъде допълвана, обобщавана, или разделяна като повторно въвеждане не се налага. При регистриране на данните за всички информационни обекти, за които е логически възможно, се използват вече въведени данни с възможност за коригиране и допълване, съобразно правата на достъп.

Разпределеност на функциите

Предлага се интерфейс към всички заинтересовани партньори и организации с възможност за включване на допълнителни структури като се предоставят функции за разпределена администрация на информационните единици от един и същ тип, възникващи в различните туристически обекти.

Гъвкавост

Съблюдава се презумпцията за адекватно отразяване на околната и вътрешната организационна среда и възможност за своевременна реакция на промените във функционалността и структурата на потреблението, както и възможност за интегриране на нови обекти за настаняване, туроператори и агенти и доставчици на туристически услуги, без прекъсване на работните процеси.

Отвореност

Интегрираност с популярни офис приложения и масовия базов операционен софтуер. Възможност за доразвиване при необходимост и организиране на вход/ изход към външни приложения и бази.

Адаптивност

Вход и изход с определени параметри, което дава възможност да бъдат настройвани в зависимост от конкретните условия и



изисквания. При извеждане на информация се използват филтри, в които се задават критериите, по които потребителят би искал да бъде сортирана информацията.

Максимален обхват на участниците

Предлага се автоматизиране на работата с партньори и основни кореспонденти на базата на Интернет-базираните технологии в съчетание със средства за групово работно. Потребителите могат при строго контролиран достъп да работят в реално време с части от системите, които са открити и интерпретирани с подходящ за тях интерфейс, съобразно потребителските групи. Всяко тяхно действие автоматично се регистрира, а стартираните от тях процеси (входяща информация, справки, резервации и т.н.) следват стандартно заложените процедури.

Минимизиране на необходимите инвестиции

Използване на стандартни средства за интерфейс и комуникация, което на практика не налага специални изисквания към наличните персонални компютри на масата от потребители и позволява използването на наличното техническо и информационно осигуряване.

Етапност

При отчитане на приоритетите в информационните нужди на организациите и планираните средства за тяхното задоволяване е възможно да се изгражда интегрирани системи по различни предложени работни графици. Възможността на развойните средства за бързо реализиране на отделни елементи от системите с цел оптимизация на обратната връзка с потребителите осигурява гъвкавост при разработката дори в крайните етапи.

Интуитивен потребителски интерфейс

Потребителският интерфейс е интуитивен за потребителските групи и не е необходимо те да бъдат компютърни специалисти или да преминават специални курсове на обучение. Тази функционалност гарантира безпроблемното възприемане на системите в различните потребителски звена. Потребителите трябва да концентрират

усилията си към изпълнение на преките си задължения и функции, подпомогнати от информационните системи.

Достъп на потребителите до всички видове ресурси

СУД дават възможност за фино контролиране на правата на достъп и действие на всички потребители до системните обекти на всички нива – област (домейн), сървър, база, справка, документ и дори поле.

Достъп на външни потребители през Интернет до базите данни

Концепциите на СУД се базират на строго контролиран достъп до обекти и функции, като е осигурено автоматично генериране на Интернет интерфейс (HTML формат) за потребителите, които могат не само да разглеждат информацията, а да извършват реална работа.

Трансфер на данни между разпръснати обекти и основната база данни

СУД дава се възможност за обмен и синхронизация на разпръснати бази данни без претенции към метода на свързване. При необходимост обменът на данни се извършва автоматично при предварително конфигурирана йерархия на сървърите, интервали на репликация, елементи и видове промени от базите за обновяване.

Поддръжка на мобилни потребители

Поради клиент/ сървър концепцията на системите и използваните Интернет технологии, тя не е зависима от конкретните клиентски персонални компютри. Мобилните станции от тип “виртуален офис” са изцяло приложими, като при комуникационна достъпност, например през мобилен телефон, всеки мобилен компютър може да работи със системата, съобразно правата на съответния потребител.

Основните характеристики на СУД в туризма се допълват изключително динамично, усвоявайки незабавно новостите в технологичните решения на ИТ сектора. Туристическата индустрия от своя страна е един от основните клиенти на ИТ еволюцията.

Един пример е **Разработената от Feratel система за управление на дестинации и курорти Deskline**, която е предназначена за интегриране в уебсайт, представящ даден



регион или курорт. Системата позволява интерактивно представяне на дестинацията, давайки реална представа на клиента за региона и предоставяните от него възможности за почивка. От десет години системата функционира на пазари като Германия, Австрия, Швейцария, Унгария и други, където е интегрирана в над 5000 уебсайта. От две години Feratel има и представителство в България.

Тук крайният клиент може да получи информация и резервира място посредством мобилен телефон, чрез ИРС на уебсайта на съответната дестинация или чрез инфотерминали, разположени на територията на дадено населено място. За момента в България са инсталирани 8 такива устройства - в Албена, Чепеларе и Велико Търново.

Въпреки сериозния възход на информационно-комуникационните технологии в световен мащаб, българският пазар все още не е достигнал тази динамика. Хотелиерите все още са заети от подобрения по самата база и не обръщат толкова внимание на тези нови и модерни начини за дистрибуция и продажби. Причините са две:

Все още има и известно **недоверие у клиентите** към разплащанията и всичко, което се случва през мрежата. Това се дължи предимно на консерватизма на българите и недостатъчната компютъризация на бита в сравнение с европейските и световни традиции. Преодоляването на този проблем, очевидно, е въпрос на време, обучение и на смяна на нагласите.

Финансирането на мероприятия по въвеждане на комуникационни технологии в подкрепа на управлението на туристическите дестинации е вторият проблем. Практическо решение предлага Европейската програма за регионално развитие, която по мярка 3.2 предоставя средства за “Въвеждане на съвременни технологии и информационни системи с цел подобряване на информационното обслужване, маркетинга и планирането на туристическите дестинации, като създаване, реконструкция/ремонт и/или оборудване на туристически информационни центрове, включването им в регионални или по-големи мрежи и информационни системи, интернет-базирани регионални системи за

информация и разпространение (е-маркетинг), туристически бази данни, основани на ИТ и др.” С този и подобни инструменти за финансиране, които предлагат други програми на ЕС, може да бъде ускорена електронизацията на туристическия сектор, което ще се отрази решително върху конкурентноспособността на фирмите в него.

Литература

1. O'Connor, P (2002) *The changing face of destination management systems*, Travel & Tourism Analyst Vol 2,
2. Pechlaner H., Weiermair K., *Destination Management T.C.I.*, Milano, 2000
3. Porter M. E., *The Competitive Advantage of Nations*, MacMillan, New York, 1990
4. <http://www.bgregio.eu/Content.aspx?menu=left&pid=64>
5. <http://www.horemag.bg/show.php?storyid=472850>
6. www.mee.government.bg/geoterm/docs/PresentationMRRB.ppt
7. www.tourism.go
8. www.government.bg/files/politics/file_236_bg.pdf