

## ПОЛЕЗНИ ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ТУРИЗМА

МАЯ ИВАНОВА

В епохата на високите технологии информацията се превърна в продукт и обект на сделки. В същото време никога досега тя не е била по-достъпна за всеки, който желае да научи повече в коя да е област на живота. Интернет предлага буквално необятни възможности за търсене на информация по даден проблем, сектор или личност. И все пак, понякога се случва сред изобилието от информация и данни да се пропусне същественото, да се загуби ценно време докато се открие частицата знание, която е нужна. Ето защо, в настоящата публикация ще направим общ преглед на най-популярните, интересни и надеждни професионални източници на информация, свързани с туризма и отделните му подсектори. По-конкретно, става дума за източници за *външната среда* на туристическите фирми<sup>1</sup>, откъдето се черпи информация за политическите, икономически и социални условия, конкуренти и тяхното развитие, нововъведения и иновации и всякакви събития, свързани с туризма. За най-ефективно и ефикасно управление е необходимо съчетание от коректна и надеждна информация както за външната, така и за вътрешната среда на фирмата, която ще предостави база за вземане на адекватни и правилни решения<sup>2</sup>.

Условно информацията може да се раздели на няколко дяла – **текуща** (свързана с конкретни събития, фирми и личности, които са част от ежедневните новини), **академична** (свързана с общите теоретични понятия и концепции, касаещи туризма като икономически и социален феномен), **статистическа** (която предоставя данни за туристическата индустрия по държави, региони, градове, но също и по сектори и характеристики на туристическото търсене и предлагане), и **професионална** (отделни

проблеми, практики, случаи от туризма, споделени от професионалисти, които могат да намерят приложение или да дадат насока или идея за Вашето професионално развитие). Всеки един вид информация има своето значение за даден момент или човек. Не може да се разчита само на текущи факти и подробности около актуални събития – те не допринасят за професионалното развитие, а само информират. В същото време задълбочаването в теоретични концепции, без практическото им приложение, не е ефективно. Но и да се прилагат идеи на принципа „опит-грешка“ също води до значителна загуба на време и усилия, след като може просто да се провери дали подобни случаи вече са проучени, анализирани и имат съответно решение. Затова е необходимо да се познават различните източници и различния тип информация, която те предоставят.

Туризмът е сложна система, съставена от множество подсектори (хотелиерство, ресторантьорство, туристически посредници, транспортни фирми, дестинации и туристически ресурси и т.н.), за всеки от които може да се извлече разнородна информация. Освен това, те са свързани помежду и съответно си влияят, което предполага, че професионалистите в даден подсектор не бива да се ограничават само до информация, касаеща тяхната област, а трябва да следят развитието и промените на цялата туристическа система.

### Текуща информация

Обикновено това са общите новинарски сайтове, както и тези, специализирани за новини в туризма. Те публикуват всеки ден, но могат да се следят както през сайта им, така и през Фейсбук страниците им; някои от тях изпращат специални е-мейли, с обобщение на най-важното, случило се през деня, седмицата или месеца.

*HospitalityNet.org*

*HotelNewsNow.com*

*Hospitality-on.com*

*CNN.com/travel*

*BBC.com/travel*

*BreakingTravelNews.com*

*BusinessTravelNews.com*

*TravelDailyNews.com*  
*eHospitalityTimes.com*  
*4hoteliers.com*  
*LodgingMagazine.com*

Има и специализирани новинарски сайтове за отделни държави или региони. Няколко примера от България:

*TouristMedia.info*  
*THExperts.bg*  
*Travelnews.bg*  
*InfoTourism.net*

Допълнително, дори в рамките на България можем да открием източници на туристически новини по региони или градове, но те са твърде многобройни и разнообразни, поради което няма да бъдат разглеждани тук.

### Академична информация

Академичната информация е най-трудно достъпна, заради системата за затворен достъп до статиите в научни списания, действаща към настоящия момент. Няколко глобални издателства събират в мащабни бази данни научните публикации на изследователи от цял свят. Такива бази данни са:

*ScienceDirect.com*  
*EbscoHost.com*  
*IngentaConnect.com*  
*CABI.org*  
*WebOfScience.com*  
*ProQuest.com*  
*JStor.org*  
*Taylor & Francis - tandfonline.com*  
*Sage Publications - sagepub.com*  
*Emerald Publishing - emeraldinsight.com*

Тези бази данни са достъпни само срещу съответно заплащане за конкретна публикация, или пакет от публикации. Целта е да се запазят издателските права на издателствата. Повечето университети закупуват цялостен достъп до тези данни и го предоставят на своите преподаватели и студенти. Но тази информация като цяло не е достъпна за общата публика. Министерство на образованието и науката в България също всяка година закупува

достъп до различни научни бази данни и го предоставя безплатно на всички висши училища в страната<sup>3</sup>.

Все пак, възможно е да се достигне до академичните източници и без да се налага плащане. Най-популярните източници на информация остават:

Google Books - *Books.google.com*  
Google Scholar - *Scholar.google.com*

Там могат да се открият актуални научни публикации, книги и учебници, макар понякога да са налични само фрагменти от тях.

Като алтернатива на научните бази данни има създадени подобни такива, където всеки изследовател може да представи своите публикации, без да нарушава издателски права. Тези платформи имат допълнителни функции на социални медии в научните общности. Там публикациите могат да се четат и свалят свободно, като има възможност и за директна връзка с авторите.

Social Science Research Network - *SSRN.com*  
*Academia.edu*  
*ResearchGate.net*  
*Mendeley.com*

### Статистическа информация

Количествените данни са считани за най-обективния измерител. Ето защо, статистиката за туристическата индустрия във всичките ѝ измерения, е неотменима част от анализа ѝ. Към момента не съществува единен, общоприет и глобален източник, който да предоставя надеждна статистическа информация за туризма по света. Световната Туристическа Организация (СТО/UNWTO) издава специална платена публикация „Compendium of Tourism Statistics“, която обединява в едно част от статистическите данни за туризма на държавите-членки на ООН и СТО. Реално, голяма част от информацията там, може да бъде намерена и чрез националните статистически организации (Националния Статистически Институт/НСИ в България). Това важи в голяма степен и за останалите институции, които събират статистически данни – една малка

Иванова, М. (2016). Полезни източници на информация за туризма. *Zangador Report* №008. [http://zangador.eu/?page\\_id=446](http://zangador.eu/?page_id=446)  
Ivanova, M. (2016). Useful sources of information on tourism. *Zangador Report* №008. [http://zangador.eu/?page\\_id=446](http://zangador.eu/?page_id=446)

част от информацията се предоставя безплатно, а останалата част се продава като продукт.

UNWTO - [statistics.unwto.org](http://statistics.unwto.org)

WTTC - [wttc.org/research/economic-research](http://wttc.org/research/economic-research)

Европейски Съюз/Евростат -

[ec.europa.eu/eurostat/web/tourism](http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism)

Евромонитор - [euromonitor.com/travel](http://euromonitor.com/travel)

Statista -

[statista.com/markets/420/travel-tourism-hospitality](http://statista.com/markets/420/travel-tourism-hospitality)

[statista.com/topics/962/global-tourism](http://statista.com/topics/962/global-tourism)

НСИ - [nsi.bg/bg/content/1847/туризъм](http://nsi.bg/bg/content/1847/туризъм)

Министерство на туризма -

[tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni](http://tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni)

### Професионална информация

Това са едни от най-интересните и актуални публикации, свързани с туризма, защото идват директно от практиката, от хора, които имат дългогодишен опит и го споделят с колегите си. Може да се открие обобщеното знание в различни доклади, електронни книги, статии и интервюта. Споделеното знание има и социална функция – хората се чувстват като част от една професионална общност, а полезните идеи намират широко приложение и могат да бъдат изпробвани в друг контекст<sup>4</sup>. Източниците на професионална информация могат да са:

#### • Консултантски агенции в туризма

Някои от тях събират статистическа информация за туризма и провеждат собствени изследвания, които публикуват или продават на други изследователи и маркетинг специалисти в туризма:

[MKG.com](http://MKG.com)

[HVS.com](http://HVS.com)

[OtusCo.com](http://OtusCo.com)

[STR.com](http://STR.com)

[Phocuswright.com](http://Phocuswright.com)

[Delta-check.com](http://Delta-check.com)

[PKFHotels.com](http://PKFHotels.com)

• **Професионални блогове**, някои от които специализирани по туристическите подсектори или дейности

[Skift.com](http://Skift.com)

[Tnooz.com](http://Tnooz.com)

[HotelsMag.com](http://HotelsMag.com)

[HotelMarketing.com](http://HotelMarketing.com)

[HotelMarketingStrategies.com](http://HotelMarketingStrategies.com)

[HotelExecutive.com](http://HotelExecutive.com)

[HospitalityTechnology.edgl.com](http://HospitalityTechnology.edgl.com)

[HotelAnalyst.co.uk](http://HotelAnalyst.co.uk)

[HotelFandB.com/blog](http://HotelFandB.com/blog)

[eHotelier.com](http://eHotelier.com)

[EyeForTravel.com](http://EyeForTravel.com)

[AirlineGeeks.com](http://AirlineGeeks.com)

[AirlineReporter.com](http://AirlineReporter.com)

[TravelAgentCentral.com](http://TravelAgentCentral.com)

• **Блогове към конкретни компании**, които се използват и като средство за комуникация и популяризиране на компанията сред потенциалните ѝ клиенти

[E-Marketingassociates.com/blog](http://E-Marketingassociates.com/blog)

[Hotelogix.com](http://Hotelogix.com)

[blog.Roombler.com](http://blog.Roombler.com)

[LodgingInteractive.com/blog](http://LodgingInteractive.com/blog)

[Sabre.com/insights/blog](http://Sabre.com/insights/blog)

[Amadeus.com/blog/](http://Amadeus.com/blog/)

[ForSmartHotels.com/hotel-analytics-optimization-blog](http://ForSmartHotels.com/hotel-analytics-optimization-blog)

[Reviewpro.com/blog](http://Reviewpro.com/blog)

[DuettoResearch.com/library](http://DuettoResearch.com/library)

[GreenHotelier.org](http://GreenHotelier.org)

[learn.Revinate.com/h/c/258669-blog](http://learn.Revinate.com/h/c/258669-blog)

[Rezdy.com/blog](http://Rezdy.com/blog)

[blog.iTravelSoftware.com](http://blog.iTravelSoftware.com)

• **Ресурсни секции към сайтовете на професионални асоциации, университети или образователни институции**

World Travel and Tourism Council - [wttc.org/blog](http://wttc.org/blog)

UNWTO - [e-unwto.org](http://e-unwto.org)

Ecole Hoteliere Lausanne - [blog.ehl.edu](http://blog.ehl.edu)

Cornell Hospitality School -

[blog.ecornell.com/category/growthfactors/hospitality](http://blog.ecornell.com/category/growthfactors/hospitality)

National Restaurant Association -

[restaurant.org/News-Research/Research](http://restaurant.org/News-Research/Research)

European Tourism Association (ETOA) -

[etoa.org/resources](http://etoa.org/resources)

С това завършваме представянето на някои от най-важните и полезни източници на информация за външната среда на туристическата фирма. Използването им позволява вземането на информирани и обосновани решения от страна на мениджърите. Също така, всяка туристическа фирма може да

съдейства за обогатяване и усъвършенстване на източниците на информация чрез поддържането на собствен блог, активно управление на профилиите си в социалните медии, участие в анкетни проучвания на изследователи и консултантски агенции и др.

### Литература:

<sup>1</sup> Иванов, С., и Жечев, В. (2011). *Маркетинг в хотелиерството*. Варна: Зангадор

<sup>2</sup> Ivanov, S. (2014). *Hotel revenue management: from theory to practice*. Varna: Zangador

<sup>3</sup> Научни ресурси (н.д.) *Достъп чрез МОН*. URL: <http://resursi.blogspot.bg/p/blog-page.html>

<sup>4</sup> Tamjidyamcholo, A., Sapiyan Bin Baba, M., Mohd Shuib, N.L. and Rohani, V.A. (2015). Evaluation model for knowledge sharing in information security professional virtual community. *Computers and Security*, 43, 19-34.