

Примери за информационни системи: туризъм и пътуване – основни понятия, класификация, информационни технологии

Информационните технологии (ИТ) са ключов елемент от съвременното развитие на туристическата индустрия и в частност управлението на дестинациите. Туристическа дестинация е всяко организирано за посрещане и обслужване на туристи място, представляващо цел на туристическо пътуване. Факта, че дестинацията е организирано място за посрещане и обслужване на туристи подсказва, че използването на ИТ е повече от необходимо в днешния динамичен свят. Нещо повече, навлизането на ИТ в туризма обуславя значителния бум в пътуванията в последните няколко десетилетия.

Класификацията на информационни системи обслужващи туризма се извършва с цел изучаване и запознанство, както и с цел развитието им. Най-популярните критерии за класификация са йерархичност, териториален обхват, достъп, респективно защита, работа в реално време и функционалност – съдържание. Според йерархичността си туристическите информационни системи се делят на структурни, регионални, национални и континентални или субконтинентални. Структурните са за конкретна структура – хотел, ресторант, агенция. Регионалните обхващат системи, които на регионално ниво интегрират автономни информационни източници или вече съществуващи структурни. На национално ниво се синтезират всички източници, които се отнасят до туризма, интегрират се регионалните и пожелателно част от структурните, когато имат въздействие в туристическия пазар. Най-важният елемент при тези системи е интегрирането – то е предпоставка за развитието на системата. Всички пропуски при изграждането на интегритета на системите лишават по-низшите йерархични нива от директен достъп в електронна среда в глобален смисъл. На национално ниво маркетингът е с много по-голямо доверие от гледна точка на адекватност и истинност. Националното ниво е ключово за туристическия маркетинг. Опитите за глобален маркетинг изискват много повече средства и усилия. Европейският маркетинг е изцяло ориентиран на национално равнище. Има няколко неуспешни опита за маркетинг на континентално равнище.

Според достъпът има няколко типа туристически информационни системи – напълно свободни за посещение, достъпни след пожелателна регистрация, достъпни след задължителна регистрация, достъпни след задължителна регистрация и одобрение, достъпни с лиценз, удостоверяващ компетентността на лицето. Като цяло се делят на две основни групи – отворени и затворени системи. По правило системите в туризма са отворени, освен тези в които се регистрират конкретни ресурси (напр хотелска стая). Достъпът предполага съответна защита. Най-честият достъп е свързан с два параметъра – потребителско име и парола.

Според критерия работа в реално време те биват online и offline системи. Online системите изискват огромни ресурси. За да работи една система online са необходими сървъри, в които данните се съхраняват по такъв начин, който изключва загубването им и разбира се са нужни хардуерни специалисти, непрекъснато и сигурно хранване с ток, постоянна защита, лиценз. Цената на online системите е приблизително 20 пъти по-висока.

От технологична гледна точка системите се делят на web-базирани системи и системи, използващи друг вид носители – локални мрежи и др.

Според допълнителен критерий системите се делят на стационарни (html) и динамични (php). При първите има нужда от посредник програмист, а при вторите технологията позволява съставяне на помощни програмни средства, опростяващи връзките между програмиращите лица.

Според предназначението и съдържателната си функционалност туристическите информационни системи са: рекламно-информационни, резервационни, управленски, финансово счетоводни и архивни. В чист вид много рядко съществуват така посочените системи, обикновено са комбинирани.

Рекламно информационните системи са най масови и са първи и в историческо развитие. Отличават ги следните характеристики: работят преимуществено в офлайн режим; развиват се на всички йерархични нива; явяват се задължителен елемент за развитие на ИС; достъпът до тях е максимално облекчен; предпоставят сериозно развитие на графичния дизайн; най-често се явяват поле за електронна реклама, поради основното си предназначение – да стигнат до широк кръг потребители. Рекламно информационните сайтове изискват технологията php – да бъдат динамични. Основната им функция е да предоставят актуална информация, затова е важно да се посочи ориентир от гледна точка на хронологията – до кога ще е валидна дадената информация. В сферата на туризма в България няма популярен класификатор – journey.bg и travel.bg. Резервационните системи се различават от рекламните информационни системи по начинът на достъп – осигуряват достатъчно на брой и съответстващи на ресурса степени на защита. Създаването на интерфейс е първото сериозно развитие на тези системи. Поради масовото развиване на мобилни комуникации се увеличава строгостта на достъпа – появяват се нови нива на защита. Нарастващият брой на пътуванията в световен мащаб правят невъзможно или изключително трудно доброто и бързо обслужване на клиентите по стария начин. Крайната цел на една система от този вид е оптималната продажба на продукти и услуги, свързани с пътуването на потребителите. Това изисква система, чрез която пътническите агенти могат да резервират тези продукти и услуги за клиентите си, да отменят и променят резервации, да цитират цени и да проследяват изпълнението на предоставените услуги. Маркетинговите системи - рядко съществуват автономно, почти винаги са в комбинация с резервационните и рекламно информационните, но изпълняват главно маркетингови функции. Маркетинговите системи също са свързани с работа в реално време. Добър пример е маркетингова система, създадена на национално ниво в Хърватска. Освен конкретните резултати от проучването, тези системи дават възможност и за измерване на времето за реакция на дадена тенденция. Управленските и финансово счетоводни системи обикновено са свързани помежду си - едно управленско решение е възможно, когато налице е конкретната финансова и счетоводна информация. Финансово-счетоводните системи интегрират всяка финансова операция и документират паричните потоци. Управленските информационни системи осигуряват периодични (седмични, месечни, годишни и др.) отчети за дейността на организацията като обобщават информацията. Тези системи се отличават със строго регламентиран достъп. Точно това налага защита при функционирането на системата и поддържането на екип от специалисти, които да гарантират използването на софтуера. За да изпълняват функциите си, тези трябва да обменят огромен обем цифрова информация, което налага ползването на специализиран софтуер, в почти всички случаи сертифициран. Архивните работят непрекъснато, в реално време, като черпят информация от финансово счетоводните и резервационни системи. Често изпълняват и маркетингови функции. Генерират и съхраняват огромен брой показатели за всеки един потребител. Тези системи не действат самостоятелно, а интегрирано като модули към останалите системи.