

ПРЕДСТАВЯНЕ НА БЪЛГАРСКИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ФИРМИ В ИНТЕРНЕТ

**Доц. д-р Виолета Краева
Доц. д-р Таня Горчева
Докт. Асен Божиков**

Резюме

Присъствието в Интернет, което в условията на информационното общество е задължително, води до появата на голямо количество туристически уебсайтове. Това налага необходимостта от оценяване на информационното съдържание и функционалността на тези уебсайтове, защото не всички от тях могат да отговорят максимално на очакванията на потребителя на туристически продукти и услуги.

За целите на настоящото научно-практическо изследване бе разработена собствена методика за оценка на туристическите уебсайтове, като бяха взети под внимание специфичните особености в маркетинга и предлагането на туристическите продукти и услуги. Тя бе използвана за оценяване присъствието на българските туристически фирми в Интернет, определяне степента на удовлетвореност на крайните потребители и насоките на усъвършенстване на туристическите уебсайтове.

Изследвани са и въпросите на иновационната дейност в туристическите фирми като източник на конкурентни предимства. Като краен резултат бе създаден каталог на българските туристически фирми, оценени и класирани по съдържателните и техническите критерии на изградената методика.

BULGARIAN TOURIST FIRMS PRESENTING IN INTERNET

**Assoc. Prof. Violeta Kraeva, PhD
Assoc. Prof. Tanja Gorcheva, PhD
PhD student Asen Bojikov**

Abstract

To be in Internet is obligatory for the tourist firms and that leads to big amount of websites, focused on this area. This circumstance poses the necessity to evaluate the information content and functionality of the tourist websites and rank them.

For the purpose of this scientific-practical research a special methodic for assessment of tourist websites has been developed. It has been applied for estimating the presence of Bulgarian tourist firms in Internet and supported defining some directions for their elaboration.

Some issues on innovations as competitive advantages were discussed and as a final result a catalog of Bulgarian tourist firms has been created, ranked by the criteria of the created methodic.

Интензивното развитие на информационните и комуникационните технологии (ИКТ) оказва значително въздействие върху всички отрасли на икономиката. Туристическият отрасъл също е изправен пред големите предизвикателства на новата интернет икономика. Бързото разпространение на интернет услугите влияе позитивно върху търсенето на туристически продукти и услуги и формите на тяхното предлагане. Този отрасъл използва все по-

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

интензивно и убедително възможностите на Интернет като мощно средство за маркетинг и продажби на туристически продукти и услуги.

Развитието на информационните и комуникационните технологии, инвазията на Интернет и еволюцията към информационното общество наложиха създаването на нови бизнес модели в туристическия отрасъл. Постигането на високо качество на туристическите продукти и услуги изисква внедряването на съвременни ИКТ и електронен бизнес. Интернет пространството откри нови възможности за водене на бизнес и само тези, които използват най-пълноценно неговия потенциал, могат значително да подобрят своите конкурентни позиции.

За **обект на изследването** се приема начинът на представяне и афиширане на дейността на българските туристически фирми с оглед възможността за повишаване на ефективността и конкурентоспособността им.

Интегралната цел е да се изследва съдържанието и функционалността на фирмените уебсайтове от българския туристически бизнес, за да се изгради каталог на добрите практики, при които уебсайтовете допринасят за повишаване на ефективността от функционирането на бизнеса. Декомпозирането на интегралната цел може да се осъществи в три насоки:

- ✓ Изследване съдържанието на уебсайтовете на селектиран брой български туристически фирми и хотели и изготвяне на каталог за “добрата практика” при прилагането на този вид технологии;
- ✓ Анализ на съдържанието на сайтовете от гледна точка на Интернет технологиите за комуникиране и осъществяване на електронни бизнес трансакции;
- ✓ Обосновка на необходимостта от прилагането на нови технологии и изследване на ефектите от внедряването им.

Въз основа на изложеното можем да изведем следните **основни задачи** за разрешаване в рамките на направеното изследване:

1. Изграждане на методика за оценка на уебсайтовете на туристическите фирми и извеждане на образци от “добрата практика” в средата на Интернет;
2. Провеждане на анализ по установената технология за оценка на съдържанието на уебсайтовете на селектираните от българската практика туристически фирми;

Приложението на новите технически и технологични постижения в туризма е адаптирано към спецификата на бизнеса от гледна точка на създаването на стойност и от гледна точка на връзката с потребителите. Туризмът като стопанска дейност доказва, че е информационно интензивен по отношение на предлагането и дистрибуцията. Експертите от сферата на туризма осъзнават факта, че бизнесът е немислим без информационните технологии и Интернет. Бурното навлизане на компютърните технологии в туристическия бизнес през втората половина на ХХ век дава основание той да бъде наречен "компютърно основана гостоприемност" (computer - aided hospitality). По тази причина с развитието на информационната супер магистрала Интернет съвременните компютърни и телекомуникационни технологии отбелязват качествено нов етап в технологичната база за развитие на туризма.

Вземайки под внимание бързото развитие на информационните и комуникационни технологии, основани на Интернет, и приложението им във всички сфери на икономическата и обществената дейност, то не можем да

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

подминем мултиплицирането на ефекта от бурното развитие върху туроператорската и агентската дейности. През последните години се регистрира “бум” на този вид услуги на туристическия online пазар¹. По данни на Американската Асоциация на Туристическата Индустрия – ТИА, 75% от американците над 18 години правят online проучвания в Интернет за своите предстоящи пътувания. През настоящата година над 40% от туристическите резервации за почивка и 35% от тези с цел бизнес ще бъдат направени online². Всичко това показва, че се разчита все повече на Интернет и свързаните с нея информационни и комуникационни технологии за създаването на уебсайтове и уеб портали с цел привличането на нови потребители на туристическите продукти и услуги.

Желателното присъствие в Интернет, което все повече се превръща в задължително, за да си конкурентоспособен на пазара, довежда и до появата на огромен брой уебсайтове. Само наличието на уебсайт обаче не е достатъчно за повишаване конкурентоспособността на туристическата фирма. Той трябва да отговаря на високите изисквания на потребителите с необходимата актуалност, динамичност, мултимедийни ефекти, предоставяне на виртуални турове и др. Това налага необходимостта от оценяване на тези уебсайтове, защото не всички от тях могат да отговорят на очакванията на потребителя на туристически продукти и услуги.

Могат да се посочат множество методики за оценка на уебсайтове използвани за целите на различни научни изследвания. Най-общо те могат да се класифицират в две големи групи – общи и частни методики за оценка. Общите методики се прилагат при оценяването на сайтове от произволен тип, а не в някаква специфична област. Тук като по-значими могат да се отбележат следните: Методика на Alexander, Jan and Marsha Ann Tate³; Методика на Goor and Murphy⁴ и др. Частните методики се прилагат при оценяване на уебсайтове от определен тип, като например образователни, здравни, административни и т.н.

Базирайки се на определени критерии от посочените методики за оценка на туристическите уебсайтове⁵ и вземайки под внимание специфичните особености в маркетинга и предлагането на туристическите продукти и услуги, бе разработена собствена методика за целите на настоящото научно изследване. Тя се използва за оценяване на присъствието на българските туристически фирми в Интернет и до каква степен то е задоволително от гледна точка на крайните потребители.

Разработената методика предвижда оценяването на сайтовете по 42 показателя, групирани в 12 критерия, като максималният резултат, който може да се достигне е 100 точки. Методиката предлага обособяването на отделните критерии в две големи групи: съдържателни и технически. Съдържателните критерии се отнасят до съдържанието на уебсайта като например точност, актуалност и обективност на информацията в него. Техническите критерии са свързани с безпроблемното за потребителя функциониране на уебсайта от

¹ Вж. Туристически пазар, Nr.4, 2007, с. 12

² Пак там

³ Вж. <http://www.sju.edu/libraries/drexel/instruct/evalwebpg/index.htm>

⁴ Оценка на уеб-страниците на общините в България, с. 67. Вж. <http://www.arcfund.net/fileSrc.php?id=841>

⁵ Кратък обзор на общите и частните методики за оценка на уебсайтове е направен от Любомир Сирков. Вж. [http://www.bulgaria-gateway.org/bg/159/Methodiki_za_ocenka_na_websites_\(sirkov\).doc](http://www.bulgaria-gateway.org/bg/159/Methodiki_za_ocenka_na_websites_(sirkov).doc)

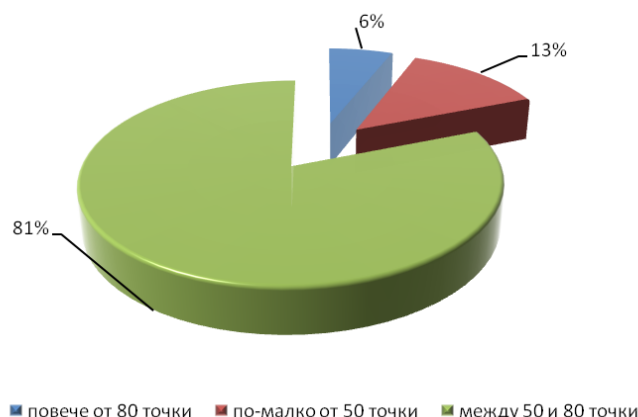
Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

техническа гледна точка като например – достъпност, надеждност и функционалност на уебсайта. На фиг. 1 е показано разпределението на точките между отделните критерии в двете основни групи. Детайлната методика с всички критерии и показатели може да бъде открита в Приложение 2.



Фиг. 1. Разпределение на точките между основните групи критерии

За целта на проучването бе направен списък от 225 уебсайта на туристически фирми, агенции и хотели. Резултатите от крайните оценки са представени на фиг. 2.



Фиг. 2. Относителен дял на сайтовете по общ брой на точките от крайното класиране

Резултатите показват, че само 28, т. е. 13 % от сайтовете имат по-малко от 50 точки, а останалите 197 сайта, които съставляват 88% са получили 50 и повече точки. Това е добър резултат, който позволява да обобщим, че преобладаващата част от туристическите уебсайтове са сравнително добре разработени. Но все още има какво да се желае за усъвършенстване на туристическите уебсайтове, тъй като само 14 сайта, които представляват 6%, са получили повече от 80 точки. Тук попадат предимно уебсайтовете на хотели, хотелски вериги и комплекси. Най-много сайтове – 183 (82%) присъстват в средната група, която събира между 50 и 80 точки. В нея преобладават сайтовете на туроператори и туристически агенции.

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

82% от сайтовете предлагат повече от 5 рубрики. Това говори за богато информационно съдържание на туристическите уебсайтове, съобразено с равнището и възможностите на целевата аудитория и те действително отговарят на едно от най-важните изисквания, а именно информативност.

Информацията в сайтовете е обективна и е представена с възможно най-малка пристрастност - 95%. Това означава, че не се откриват никакви комерсиални, политически, полови или расови нотки в отправените послания и няма стремежи да се променя мнението на клиентите. До голяма степен тя съответства и на мотивите на потребителя, защото той намира това, което очаква – 81%.

Като негативен факт може да се отбележи, че не е висок делът на сайтовете, които включват препратки към подобни/полезни сайтове – 51%. Това качество предполага по-професионално изпълнение на туристическите уебсайтове, които показват стремеж към по-пълно задоволяване на информационните потребности на клиентите относно времето, валутните курсове, концерти, изложби и други културни и развлекателни събития.

Цялостната оценка на туристическите уебсайтове по първата група съдържателни критерии е представена в таблица 1.

Таблица 1.

Оценка	Съдържателни критерии															
	Целева аудитория		Точност		Актуалност	Обективност			Обхват			Достоверност		Визуална привлекателност		
	1a Видове рубрики	1b Съответствие със зададените ключови думи	2a Граматически и правописни грешки	2b Съответствие на информацията в сайта с предназначението	3b Информация за последно обновяване	4a Комплексност на предлагането	4b Липса на идейна оцветеност и/или пристрастност	4c Съответствие с мотивите на потребителя	5a Степен на раздробеност на информацията	5b Детайлност на информацията	5c Препратки към подобни/полезни сайтове	6a Информация за автора на сайта	6b Координати за контакт с автора или webmaster-a	7a Организация на информацията	7b Представяне на информацията	7c Съответствие между формата и съдържанието
Максим. точки ->	2	3	2	3	4	3	3	2	2	2	1	2	2	4	4	2
Оценка 4					26%									51%	38%	
Оценка 3		60%		83%	8%	64%	95%							31%	30%	
Оценка 2	81%	13%	95%	15%	25%	27%	3%	81%	83%	71%		59%	46%	14%	25%	92%
Оценка 1	18%	8%	4%	2%	2%	8%	2%	19%	17%	27%	49%	6%	4%	4%	6%	8%
Оценка 0	0%	20%	0%	0%	38%	0%	0%	0%	0%	2%	51%	35%	50%	0%	0%	0%
Общо:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

От гледна точка на техническите критерии интерес представлява времето за зареждане на уебсайта, което в 90% от случаите е под 30 секунди и това се счита за доста приемлив резултат. Установи се, че 70% от туристическите уебсайтове се зареждат еднакво бързо и успешно и с двата най-популярни към момента браузъра – Internet Explorer и Mozilla Firefox.

Относно наличието на чуждоезикова версия, резултатите не са много удовлетворителни. По-голямата част от сайтовете - 37% не разполагат изобщо с версия на друг език, а само 26% предлагат версии на няколко чужди езици. Най-често това са английски, руски, испански и френски, като информационното съдържание не е огледално на българската версия, а е съобразено с интересите и потребностите на чуждестранните туристи. За да се разшири пазарът на туристически продукти и услуги трябва да се направи повече в това отношение.

Сериозно внимание трябва да се отдели и на навигационната система в туристическите уебсайтове. Навигацията на сайта изразява лекотата на придвижване и бързината на достигане до необходимата информация. Колкото по-улеснена е тя, толкова по-бързо и ефективно се възприема от потребителя. Изследването показва, че 76% от туристическите сайтове имат ясно изградена

Виолета Краева, Таня Горчева, Асен Божиков

структура за навигация. Наличие на “карта на сайта” обаче се установи само при 24% от тях.

Съвременните информационни технологии позволяват изграждането на динамични уебсайтове, но направеното проучване показва, че само 33% от туристическите фирми се възползват от тях. Това налага поставянето на един сериозен акцент върху изграждането на уебсайтове със съвременни технологии каквито са например ASP.NET, PHP, AJAX и SilverLight.

Най-слаби резултати от изследването се получиха по последния критерий от техническата група, а именно функционалност на туристическите уебсайтове. Той включва предимно показатели, които повишават интерактивността на сайта и бързото намиране на търсената информация.

Крайната оценка на туристическите уебсайтове по техническите критерии от втората група е представена в таблица 2.

Таблица 2.

Оценка	Технически критерии																											
	Достъпност						Надеждност					Навигация					Атрактивност		Функционалност									
	1a	1b	1c	1d	1e	1f	2a	2b	2c	2d	2e	3a	3b	3c	3d	3e	4a	4b	5a	5b	5c	5d	5h	5e	5f	5g		
Максим. точки ->	3	2	2	3	1	2	2	1	3	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	2	2	2		
Оценка 4																						28%	4%					
Оценка 3	90%			26%					7%			76%						7%	37%		3%	11%	1%					
Оценка 2	8%	69%	8%	22%		75%	83%		10%			16%	24%	88%	76%	90%	33%	7%	7%	13%	12%	25%	4%	33%				
Оценка 1	2%	24%	8%	15%	67%	17%	16%	94%	17%	36%	90%	4%	6%	10%	23%	9%	47%	12%	4%	7%	4%	4%	2%	32%				
Оценка 0	1%	7%	84%	36%	33%	8%	2%	6%	66%	64%	10%	4%	70%	2%	1%	1%	20%	74%	51%	80%	80%	32%	89%	34%				
Общо:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			

На базата на направената оценка на уебсайтовете на българските туристически фирми, въз основа на обособените критерии и показатели в създадената от екипа методика, може да формулираме следните основни **ИЗВОДИ**:

За да бъде лесно възприемана, информацията трябва да се систематизира по тематични направления. При онлайн резервациите трябва да се осигури моментално потвърждение и отговор на често задаваните въпроси. Целесъобразно е да се обособи раздел за партньорите, а също и за последните новости и горещи оферти, които фирмата предлага. Препоръчително е също да се публикува карта на района с указания, как да се стигне до обекта. Като цяло сайтът трябва да има ясна и отчетлива структура и удобна навигация, като се съблюдают фирменият стил, лого и девиз.

Резултатите от изследването показваха, че динамичните сайтове са все още малко и почти не се използват мултимедийни ефекти, които повишават атрактивността на сайта. Интерактивността също не е на необходимото ниво и

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

клиентите нямат възможност да споделят своите впечатления, мнения и препоръки чрез форуми или „книга за гости”.

Много слабо се поддържа и обратна връзка с клиентите чрез директен разговор (чат) и страница за често задавани въпроси. Около една четвърт от сайтовете имат наченки за онлайн режим на работа, но това не е достатъчно за развитието на електронния бизнес в туризма.

В заключение може да се каже, че уебсайтът на туристическата фирма е полифункционален инструмент за решаване на многообразните маркетингови задачи. Той трябва не само да информира потребителите за туристическите продукти и услуги, но и да комуникира с тях, да позволява провеждане на маркетингови изследвания, да стимулира и организира продажбите и рекламата.

Разработването на интегрирани интернет базирани системи за електронен бизнес в туристическата индустрия е важна предпоставка за устойчивото развитие на българския туристически продукт и изграждане на имидж на България като конкурентоспособна световна туристическа дестинация. Посредством единната информационна и комуникационна среда може да се развива много по-успешен маркетинг, реклама, дистрибуция и продажби на туристическите продукти и услуги на локално, регионално и национално равнище.

Внедряването на новите информационни и комуникационни технологии в туристическия отрасъл е ключов фактор за оцеляване в условията на силна конкуренция както на вътрешния, така и на международния пазар. Интернет все повече се превръща в основен канал за достигане до потенциалните и реалните клиенти на туроператорите.

Приложение 1

Каталог на българските туристически фирми (оценка на представянето им в Интернет чрез фирмения уебсайт)

1. Класация по **съдържателните критерии** въз основа на предварителна селекция според максималния брой точки

1.1. Топ 20 по критерий “Целева аудитория”

<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	5 / 92*
<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	5 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	5 / 89
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/	5 / 88
<i>Он Травъл</i>	http://www.ontravel.bg/	5 / 88
<i>Партнер Травел</i>	http://www.partner-travel.com/	5 / 88
<i>Хотелски комплекс “Зорница”</i>	http://www.zornica-bg.com/	5 / 87
<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	5 / 85
<i>Хотелски комплекс “Бела Виста Бийч Клуб”</i>	http://www.resortbellavista.com/	5 / 85
<i>Хотел “Женева”</i>	http://www.hotel-geneva.com/	5 / 85
<i>“Кемпински Хотел Зографски”</i>	http://www.kempinski-sofia.com/	5 / 82
<i>Хотел „Мария Луиза”</i>	http://www.marialuisa-bg.com/	5 / 81
<i>Гранд хотел София</i>	http://www.grandhotelsofia.bg/	5 / 81
<i>Бутик Травел</i>	http://www.hotelitebg.eu/	5 / 80
<i>Ожос Тур</i>	http://www.ogostour.com/	5 / 79
<i>Оптима Плюс</i>	http://www.optimaplus.org/	5 / 79
<i>Бояна-МГ</i>	http://www.boiana-mg.com/	5 / 78
<i>РАД - Феста</i>	http://www.rad-festa.com/	5 / 78
<i>София Турс</i>	http://www.sofiatours.com/	5 / 78
<i>Бг - хотелите</i>	http://www.bghotelite.com/	5 / 78

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

1.2. Топ 20 по критерий "Точност"

<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	5 / 92
<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	5 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	5 / 89
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/	5 / 88
<i>Он Травъл</i>	http://www.ontravel.bg/	5 / 88
<i>Партнер Травел</i>	http://www.partner-travel.com/	5 / 88
<i>Хотелски комплекс "Зорница"</i>	http://www.zornica-bg.com/	5 / 87
<i>Хотелски комплекс "Белла Виста Бийч Клуб"</i>	http://www.resortbellavista.com/	5 / 85
<i>Хотел "Женева"</i>	http://www.hotel-geneva.com/	5 / 85
<i>"Кемпински Хотел Зографски"</i>	http://www.kempinski-sofia.com/	5 / 82
<i>Хотел „Мария Луиза“</i>	http://www.marialuisa-bg.com/	5 / 81
<i>Гранд хотел София</i>	http://www.grandhotelsofia.bg/	5 / 81
<i>Бутик Травел</i>	http://www.hotelitebg.eu/	5 / 80
<i>Ожос Тур</i>	http://www.ogostour.com/bg/	5 / 79
<i>Оптима Плюс</i>	http://www.optimaplus.org/	5 / 79
<i>Бояна-МГ</i>	http://www.boiana-mg.com	5 / 78
<i>РАД - Феста</i>	http://www.rad-festa.com/	5 / 78
<i>София Турс</i>	http://www.sofiatours.com/	5 / 78
<i>Бг - хотелите</i>	http://www.bghotelite.com/	5 / 78
<i>Олимп Парк Хотел & Спа</i>	http://www.maxisofia.com/	5 / 78

* сайтовете са подредени по максимален брой точки за съответния критерий и като вторичен показател по общ брой точки

1.3. Топ 20 по критерий "Актуалност"

<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	4 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	4 / 89
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/	4 / 88
<i>Партнер Травел</i>	http://www.partner-travel.com/	4 / 88
<i>Хотелски комплекс "Белла Виста Бийч Клуб"</i>	http://www.resortbellavista.com/	4 / 85
<i>Хотел "Женева"</i>	http://www.hotel-geneva.com/	4 / 85
<i>Бояна-МГ</i>	http://www.boiana-mg.com	4 / 78
<i>София Турс</i>	http://www.sofiatours.com/	4 / 78
<i>Албена Тур</i>	http://www.albena.bg/	4 / 76
<i>Зиг Заг Холидейз</i>	http://www.zigzagbg.com/	4 / 75
<i>Арт Хотел САПИТОЛ</i>	http://www.capitol.bg/	4 / 75
<i>Парк хотел Одесос</i>	http://www.odessos-hotels.com/	4 / 75
<i>Йомекс</i>	http://www.yomexbg.com/	4 / 74
<i>2М-Ко</i>	http://www.2mko.com/	4 / 74
<i>Мира Травел</i>	http://www.mira-travel.com/	4 / 74
<i>Географски Свят</i>	http://www.compass-bulgaria.com/	4 / 73
<i>Бохемия</i>	http://www.bohemia.bg/	4 / 73
<i>КИТТ</i>	http://www.kittbg.com/bg/	4 / 73
<i>Лотос</i>	http://www.lotos-bg.com/	4 / 72

1.4. Топ 20 по критерий "Обективност"

<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	8 / 92
<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	8 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	8 / 89
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/	8 / 88
<i>Он Травъл</i>	http://www.ontravel.bg/	8 / 88
<i>Партнер Травел</i>	http://www.partner-travel.com/	8 / 88
<i>Хотелски комплекс "Зорница"</i>	http://www.zornica-bg.com/	8 / 87
<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	8 / 85
<i>Хотелски комплекс "Белла Виста Бийч Клуб"</i>	http://www.resortbellavista.com/	8 / 85
<i>Хотел "Женева"</i>	http://www.hotel-geneva.com/	8 / 85
<i>"Кемпински Хотел Зографски"</i>	http://www.kempinski-sofia.com/	8 / 82

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

<i>Хотел „Мария Луиза”</i>	http://www.marialuisa-bg.com/	8 / 81
<i>Гранд хотел София</i>	http://www.grandhotelsofia.bg/	8 / 81
<i>Бутик Травел</i>	http://www.hotelitebg.eu/	8 / 80
<i>Оптима Плюс</i>	http://www.optimaplus.org/	8 / 79
<i>Бояна-МГ</i>	http://www.boiana-mg.com/	8 / 78
<i>София Турс</i>	http://www.sofiatours.com/	8 / 78
<i>Бг - хотелите</i>	http://www.bghotelite.com/	8 / 78
<i>Олимп Парк Хотел & Спа</i>	http://www.maxisofia.com/	8 / 78
<i>РАД - Феста</i>	http://www.rad-festa.com/	8 / 78

1.5. Топ 20 по критерий “Обхват”

<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	5 / 92
<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	5 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	5 / 89
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/	5 / 88
<i>Он Травъл</i>	http://www.ontravel.bg/	5 / 88
<i>Партнер Травел</i>	http://www.partner-travel.com/	5 / 88
<i>Хотелски комплекс “Зорница”</i>	http://www.zornica-bg.com/	5 / 87
<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	5 / 85
<i>Хотел “Женева”</i>	http://www.hotel-geneva.com/	5 / 85
<i>“Кемпински Хотел Зографски”</i>	http://www.kempinski-sofia.com/	5 / 82
<i>Хотел „Мария Луиза”</i>	http://www.marialuisa-bg.com/	5 / 81
<i>Гранд хотел София</i>	http://www.grandhotelsofia.bg/	5 / 81
<i>Бутик Травел</i>	http://www.hotelitebg.eu/	5 / 80
<i>Оптима Плюс</i>	http://www.optimaplus.org/	5 / 79
<i>Олимп Парк Хотел & Спа</i>	http://www.maxisofia.com/	5 / 78
<i>Сити Тур</i>	http://www.citytoursofia.com/	5 / 77
<i>Албена Тур</i>	http://www.albena.bg/	5 / 76
<i>Планет</i>	http://www.planet.bg/	5 / 76
<i>България Ски</i>	http://www.bulgariaski.com/	5 / 76
<i>Арт Хотел CAPITOL</i>	http://www.capitol.bg/	5 / 75

1.6. Топ 20 по критерий “Достоверност”

<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	4 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	4 / 89
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/	4 / 88
<i>Он Травъл</i>	http://www.ontravel.bg/	4 / 88
<i>Партнер Травел</i>	http://www.partner-travel.com/	4 / 88
<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	4 / 85
<i>Хотелски комплекс “Бела Виста Бийч Клуб”</i>	http://www.resortbellavista.com/	4 / 85
<i>Хотел “Женева”</i>	http://www.hotel-geneva.com/	4 / 85
<i>“Кемпински Хотел Зографски”</i>	http://www.kempinski-sofia.com/	4 / 82
<i>Хотел „Мария Луиза”</i>	http://www.marialuisa-bg.com/	4 / 81
<i>Бутик Травел</i>	http://www.hotelitebg.eu/	4 / 80
<i>Ожос Тур</i>	http://www.ogostour.com/	4 / 79
<i>Бояна-МГ</i>	http://www.boiana-mg.com/	4 / 78
<i>София Турс</i>	http://www.sofiatours.com/	4 / 78
<i>Бг - хотелите</i>	http://www.bghotelite.com/	4 / 78
<i>РАД - Феста</i>	http://www.rad-festa.com/	4 / 78
<i>Сити Тур</i>	http://www.citytoursofia.com/	4 / 77
<i>Смарт Травел</i>	http://www.smarttravel.bg/	4 / 77
<i>Арт Хотел CAPITOL</i>	http://www.capitol.bg/	4 / 75
<i>Зиг Заг Холидейз</i>	http://www.zigzagbg.com/	4 / 75

1.7. Топ 20 по критерий “Визуална привлекателност”

<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	10 / 92
<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	10 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	10 / 89
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/02/	10 / 88

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

Он Травъл	http://www.ontravel.bg/	10 / 88
Партнер Травел	http://www.partner-travel.com/	10 / 88
Пиринтурист	http://pirin.journey.bg/bg/	10 / 85
Хотелски комплекс "Бела Виста Бийч Клуб"	http://www.resortbellavista.com/	10 / 85
Хотел "Женева"	http://www.hotel-geneva.com/	10 / 85
"Кемпински Хотел Зографски"	http://www.kempinski-sofia.com/	10 / 82
Ожос Тур	http://www.ogostour.com/	10 / 79
Оптима Плюс	http://www.optimaplus.org/	10 / 79
Бояна-МГ	http://www.boiana-mg.com	10 / 78
Албена Тур	http://www.albena.bg/	10 / 76
Арт Хотел САPITOL	http://www.capitol.bg/	10 / 75
Зиг Заг Холидейз	http://www.zigzagbg.com/	10 / 75
Йомекс	http://www.yomexbg.com/	10 / 74
2М-Ко	http://www.2mko.com/	10 / 74
Мира Травел	http://www.mira-travel.com/	10 / 74
Интертравел - София	http://www.intertravelmd.com/	10 / 74

2. Класация по **техническите** критерии въз основа на предварителна селекция според максималния брой точки

2.1. Топ 20 по критерий "Достъпност"

Хилтън София	http://www1.hilton.com/	13 / 92
Хотелски комплекс "Зорница"	http://www.zornica-bg.com/	13 / 87
Хотелски комплекс "Бела Виста Бийч Клуб"	http://www.resortbellavista.com/	13 / 85
"Кемпински Хотел Зографски"	http://www.kempinski-sofia.com/	12 / 82
Хотел "Бисер"	http://www.hotelbisser-bansko.com/	12 / 65
Одисея Ин	http://www.odysseia-in.com/	11 / 89
Он Травъл	http://www.ontravel.bg/	11 / 88
Партнер Травел	http://www.partner-travel.com/	11 / 88
Олимп Парк Хотел & Спа	http://www.maxisofia.com/	11 / 78
Хотел "Бургас"	http://www.hotelburgas.com/	11 / 75
Албена Тур	http://www.albena.bg/	11 / 76
КИТТ	http://www.kittbg.com/bg/	11 / 72
Миел	http://www.mieltravel.com/	11 / 71
Караджъ Турс	http://www.karacitours-bg.com/	11 / 70
Хотел „Сити Планет Парк“	http://www.cityplanethotels.com/	11 / 70
Комплекс „Палас“	http://www.hotel-palas.com/	11 / 69
България Травъл Орг	http://www.bulgariatravel.org/	11 / 68
LZBG	http://www.lzbg.com/	11 / 67
Анди Травел	http://www.andytravel.net/	11 / 67
Емили Турс	http://www.emilytours.com/	11 / 66

2.2. Топ 20 по критерий "Надеждност"

Хилтън София	http://www1.hilton.com/	8 / 92
Шератон София	http://www.starwoodhotels.com/	8 / 90
Он Травъл	http://www.ontravel.bg/	8 / 88
Партнер Травел	http://www.partner-travel.com/	8 / 88
Оданс - Травел	http://www.odans-travel.com/	8 / 88
Хотелски комплекс "Зорница"	http://www.zornica-bg.com/	8 / 87
Хотел "Женева"	http://www.hotel-geneva.com/	8 / 85
Хотелски комплекс "Бела Виста Бийч Клуб"	http://www.resortbellavista.com/	8 / 85
"Кемпински Хотел Зографски"	http://www.kempinski-sofia.com/	8 / 82
Хотел „Мария Луиза“	http://www.marialuisa-bg.com/	8 / 81
Бутик Травел	http://www.hotelitebg.eu/	8 / 80
Олимп Парк Хотел & Спа	http://www.maxisofia.com/	8 / 78
Смарт Травел	http://www.smarttravel.bg/	8 / 77
България Ски	http://www.bulgariaski.com/	8 / 76
Хотел "Бисер"	http://www.hotelbisser-bansko.com/	8 / 65
Одисея Ин	http://www.odysseia-in.com/	7 / 89

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	7 / 85
<i>Гранд хотел София</i>	http://www.grandhotelsofia.bg/	7 / 81
<i>Оптима Плюс</i>	http://www.optimaplus.org/	7 / 79
<i>РАД - Феста</i>	http://www.rad-festa.com/	7 / 78

2.3. Топ 20 по критерий “Навигация”

<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	11 / 92
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	11 / 89
<i>Он Травъл</i>	http://www.ontravel.bg/	11 / 88
<i>Оданс - Травел</i>	http://www.odans-travel.com/	11 / 88
<i>Хотелски комплекс “Зорница”</i>	http://www.zornica-bg.com/	11 / 87
<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	11 / 85
<i>“Кемпински Хотел Зографски”</i>	http://www.kempinski-sofia.com/	11 / 82
<i>Оптима Плюс</i>	http://www.optimaplus.org/	11 / 79
<i>Ожос Тур</i>	http://www.ogostour.com/bg/	11 / 79
<i>Олимп Парк Хотел & Спа</i>	http://www.maxisofia.com/	11 / 78
<i>Сити Тур</i>	http://www.citytoursofia.com/	11 / 77
<i>Солвекс</i>	http://www.solvex.bg/	11 / 75
<i>Зиг Заг Холидейз</i>	http://www.zigzagbg.com/	11 / 75
<i>Мира Травел</i>	http://www.mira-travel.com/	11 / 74
<i>Йомекс</i>	http://www.yomexbg.com/	11 / 74
<i>Рей Травел</i>	http://www.rey-travel.hit.bg/	11 / 72
<i>Глория Турс</i>	http://www.gloriatours.com/	11 / 72
<i>България Травъл Орг</i>	http://www.bulgariatravel.org/	11 / 68
<i>Ретур</i>	http://www.retur.eu/bg/	11 / 68
<i>Дискавъри Травел</i>	http://www.discovery-travel.gr/bg/	11 / 68

2.4. Топ 20 по критерий “Атрактивност”

<i>Бохемия</i>	http://www.bohemia.bg/	5 / 73
<i>Хотел и Казино “АСТЕРА”</i>	http://www.ahotelsbulgaria.com/	5 / 72
<i>Хотел и Спа “АЗАЛИЯ”</i>	http://www.azaliahotel.com/bg/	5 / 69
<i>Контитранс - М</i>	http://www.contitrans-m.com/	5 / 68
<i>Алтус БГ</i>	http://www.altours-bg.com/	5 / 66
<i>Хотелски комплекс “Атлантик”</i>	http://www.atlantic-bg.com/	5 / 65
<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	4 / 92
<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	4 / 90
<i>Одисея Ин</i>	http://www.odysseia-in.com/	4 / 89
<i>Он Травъл</i>	http://www.ontravel.bg/	4 / 88
<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	4 / 85
<i>Гранд хотел София</i>	http://www.grandhotelsofia.bg/	4 / 81
<i>Албена Тур</i>	http://www.albena.bg/	4 / 76
<i>Арт Хотел CAPITOL</i>	http://www.capitol.bg/	4 / 75
<i>Лоял Травел</i>	http://www.loyal-travel.com/	4 / 69
<i>България Травъл Орг</i>	http://www.bulgariatravel.org/	4 / 68
<i>Дискавъри Травел</i>	http://www.discovery-travel.gr/bg/	4 / 68
<i>Хотел “Радисон”</i>	http://www.radissonsas.com/	4 / 65
<i>Искони</i>	http://www.iskoni.com/	4 / 59
<i>Малта Травъл</i>	http://www.maltatravel-bg.com/	4 / 54

2.5. Топ 20 по критерий “Функционалност”

<i>Бг - хотелите</i>	http://www.bghotelite.com/	19 / 78
<i>Шератон София</i>	http://www.starwoodhotels.com/	18 / 90
<i>Партнер Травел</i>	http://www.partner-travel.com/	18 / 88
<i>Хилтън София</i>	http://www1.hilton.com/	17 / 92
<i>Пиринтурист</i>	http://pirin.journey.bg/bg/	17 / 85
<i>София Холидейз</i>	http://www.sofiaholidays.com/	17 / 68
<i>София Турс</i>	http://www.sofiatours.com/	16 / 78

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

Планет	http://www.planet.bg/	16 / 76
Одисея Ин	http://www.odysseia-in.com/	15 / 89
Оданс - Травел	http://www.odans-travel.com/	15 / 88
Хотелски комплекс "Зорница"	http://www.zornica-bg.com/	15 / 87
Хотел "Женева"	http://www.hotel-geneva.com/	15 / 85
Ожос Тур	http://www.ogostour.com/bg/	15 / 79
Он Травъл	http://www.ontravel.bg/	14 / 88
Гранд хотел София	http://www.grandhotelsofia.bg/	14 / 81
Хотел „Мария Луиза“	http://www.marialuisa-bg.com/	14 / 81
Бутик Травел	http://hotelitebg.eu/	14 / 80
РАД - Феста	http://www.rad-festa.com/	14 / 78
България Ски	http://www.bulgariaski.com/	14 / 76
Хотел "Бургас"	http://www.hotelburgas.com/	14 / 75

Приложение 2**Критерии за оценка на туристически уебсайтове****Съдържателни критерии (41 точки)**

- 1. Целева аудитория (5)**
 - a. Видове рубрики (2)
 - b. Съответствие със зададените ключови думи (3)
- 2. Точност (5)**
 - a. Граматически и правописни грешки (2)
 - b. Съответствие на информацията в сайта с предназначението му (3)
- 3. Актуалност (4)**
 - a. Информация за последно обновяване (4)
- 4. Обективност (8)**
 - a. Комплексност на предлагането (3)
 - b. Липса на идейна оцветеност и/или пристрастност (3)
 - c. Съответствие с мотивите на потребителя (2)
- 5. Обхват (5)**
 - a. Степен на раздробеност на информацията (2)
 - b. Детайлност на информацията (2)
 - c. Препратки към подобни/полезни сайтове (1)
- 6. Достоверност (4)**
 - a. Информация за автора на сайта (2)
 - b. Координати за контакт с автора или webmaster-a (2)
- 7. Визуална привлекателност (10)**
 - a. Организация на информацията – по страници, рубрики (4)
 - b. Представяне на информацията – изображения, цветови схеми, шрифтове (4)
 - c. Съответствие между форма и съдържание (2)

Технически критерии (59 точки)

- 1. Достъпност (13)**
 - a. Време за зареждане (3)
 - b. Проблеми при разглеждане с различен браузър (2)
 - c. Наличие на изцяло текстова версия на сайта (2)
 - d. Наличие на чуждоезикова версия (3)

Виолета Краева, Тая Горчева, Асен Божиков

- e. Необходимост от допълнителен софтуер (1)
 - f. Достъп до сайта от други сайтове-портали (2)
- 2. Надеждност (8)**
- a. Грешки в препратките (2)
 - b. Наличие на „висящи страници” (1)
 - c. Сигурност на online транзакциите ако предполага такива (3)
 - d. Преминаване на W3C теста за валидация (1)
 - e. Други непредвидени ситуации (1)
- 3. Навигация (11)**
- a. Ясно изградена структура за навигация (3)
 - b. Наличие на „Карта на сайта”(Sitemap) (2)
 - c. Вътрешен „диаметър” на препратките (2)
 - d. Препратките водят до очакваното съдържание (2)
 - e. Ясни названия на отделните страници и раздели (2)
- 4. Атрактивност (5)**
- a. Статичност/динамичност на сайта (2)
 - b. Мултимедийни ефекти – аудио, видео, игрови похвати и др. (3)
- 5. Функционалност (22)**
- a. Наличие и постоянство на поле за търсене (3)
 - b. Наличие на форум и/или „Книга за гости” – за въпроси, отзиви и мнения (2)
 - c. Наличие на прозорец за директен чат със служител и на „FAQ” страница (3)
 - d. Формуляр за online резервации и възможност за online режим на работа (4)
 - e. Възможност за електронни разплащания (4)
 - f. Формуляр за изпращане на email и опция за отпечатване на оферти(2)
 - g. Статистика за посещаемостта на сайта – брояч (2)
 - h. Наличие на допълнителни услуги – наемане на автомобил, застраховка и др. (2)