

**Masarykova univerzita v Brně
Ekonomicko-správní fakulta
Katedra regionální ekonomie a správy**

Návrh tvorby webových stránek destinace

Andrea Holešinská

2005

© Ing. Andrea Holešinská

Tento studijní text byl vypracován v rámci integrovaného projektu MŠMT „Rozšíření univerzitního vzdělávání“, resp. v rámci dílčího projektu č. 181 „Příprava a zavedení studijního směru kombinovaného bakalářského studia a programu CŽV ‘Regionální rozvoj a cestovní ruch’“.

OBSAH

Úvod.....	4
1 Informační a komunikační technologie.....	5
1.1 Úvod do informačních a komunikačních technologií	5
1.2 Význam informačních a komunikačních technologií pro cestovní ruch.....	6
1.3 Internet	6
1.3.1. Vznik Internetu.....	6
1.3.2. Funkce Internetu.....	6
1.3.3. Využití Internetu v cestovním ruchu	7
2 Tvorba www stránek	8
2.1 Obecné předpoklady tvorby www stránek	8
2.1.1. Programovací jazyk.....	8
2.2 Hlavní zásady pro správnou tvorbu www stránek	8
2.2.1. Charakter stránek.....	8
2.2.2. Hlavní zásady tvorby webových stránek.....	9
2.3 Shrnutí	10
3 Destinace a obsah jejich webových stránek	11
3.1 Pojem destinace.....	11
3.1.1. Geografické pojení destinace	11
3.1.2. Marketingové pojetí destinace	11
3.1.3. Pojetí destinace z pohledu managementu.....	11
3.2 Webové stránky destinace	12
3.2.1. Obsah www stránek destinace.....	12
3.2.2. Funkce www stránek destinace	12
3.2.3. Doporučení obsahu www stránky jednotlivých destinací	13
4 Webové stránky turistických informačních center.....	16
4.1 Význam turistických informačních center	16
4.2 Prezentace TIC na WWW stránkách – průzkum.....	16
4.2.1. Základní předpoklady hodnocení	16
4.2.2. Konkrétní hodnocení TIC.....	17
4.3 Závěry.....	20
Seznam obrázků	21
Literatura	22

ÚVOD

Tento materiál Návrh tvorby webových stránek destinace (vybrané problémy informačních turistických systémů) je doplňkovým učebním textem, který má za úkol rozšířit znalosti studentů Masarykovy univerzity v Brně, Ekonomicko-správní fakulty studující studijní směr Regionální rozvoj a cestovní ruch.

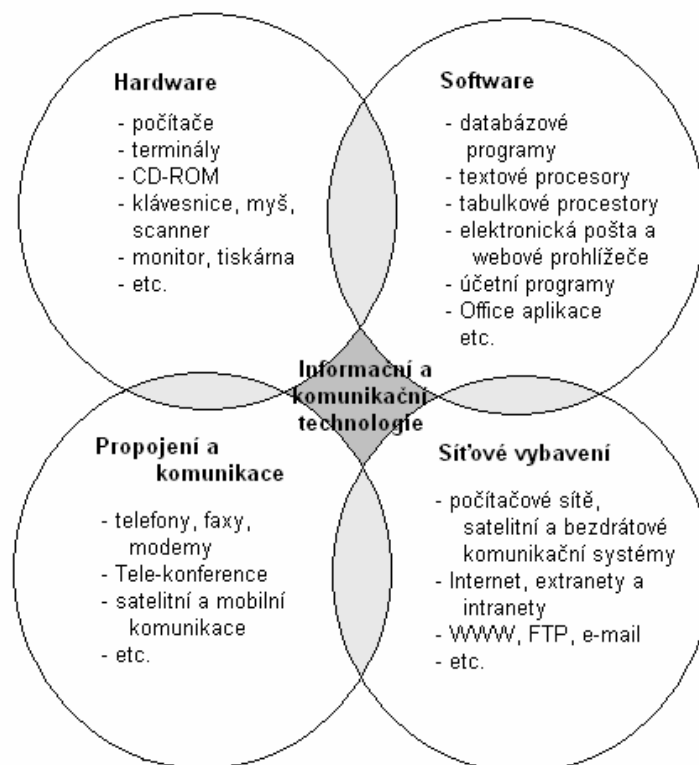
Učební text Návrh tvorby webových stránek je zaměřen na základní požadavky tvorby webových stránek destinace. Uváděn je výčet a rozbor položek, které by měly dané stránky obsahovat, aby poskytovaly komplexní nabídku informací týkajících se dané destinace návštěvníkovi. Důležitou součástí textu bude i analýza existujících webových stránek vybraných destinací v ČR.

1 Informační a komunikační technologie

1.1 Úvod do informačních a komunikačních technologií

Pro názornější pochopení toho, co se skrývá pod pojme informační a komunikační technologie (Information and Communication Technologies – ICTs), slouží následující obrázek, ze kterého vyplývá, že informační a komunikační technologie jsou souhrnem elektronických, počítačových a telekomunikačních technologií a veškerého hardwarového, softwarového a síťového vybavení, jež slouží k rozvoji a řízení organizace.

Obr.1: Informační a komunikační technologie – přehled



Zdroj: Buhalis, D., 2003

ICTs jsou tak integrovaným systémem síťového vybavení a softwaru, který umožňuje efektivní zpracování dat a komunikaci v rámci organizace. Jinými slovy informační a komunikační technologie slouží jako nástroj operativního a strategického řízení, který organizaci umožňuje řízení (nakládání s) informací a procesů a stejně tak i interaktivní komunikaci s obchodními partnery a v neposlední řadě je nástrojem k dosažení mise a cílů organizace.

Rozdíl mezi informační (a komunikační) technologií a informačním systémem je zřejmý v tom, že termín informační technologie se používá pro označení veškeré techniky, která se zabývá zpracováním informací, tj. zejména organizační, výpočetní a telekomunikační technikou, ale i jejím příslušným programovým vybavením a organizačním uspořádáním (viz.Obr.), kdežto pojem informační systém je definován jako propojení komponentů, které společně zajišťují sběr, zpracování, ukládání a šíření informací za účelem podpory procesu řízení organizace, tj. rozhodování, koordinování, řízení, analyzování a realizace.

Mezi informační a komunikační technologie patří i tzv. informační a rezervační technologie, které se specializují na poskytování a vyhledávání informací a nabídky služeb cestovního ruchu a zároveň umožňují on-line rezervaci těchto služeb.

V odvětví cestovního ruchu se využívá celá řada ICT k výměně informací a podpoře jeho řízení. Mnoho těchto technologií umožňuje jednotlivým distribučním kanálům cestovního ruchu, aby komunikovali jak mezi sebou tak se svými zákazníky za účelem výměny informací, kontraktů, provádění rezervací a plateb. Informační a komunikační technologie, které se využívají v cestovním ruchu lze rozdělit do tří skupin, které si v následujícím textu rozebereme podrobněji:

- Hardware
- Software a počítačové aplikace
- Komunikační (telekomunikační) prostředky a síťová propojení

1.2 Význam informačních a komunikačních technologií pro cestovní ruch

Informační a komunikační technologie se staly velice využívaným nástrojem strategického a operačního managementu, tj. řízení organizace cestovního ruchu. Své uplatnění mají informační a komunikační technologie také z marketingového hlediska, kdy řada subjektů cestovního ruchu využívá těchto technologií k propagaci svých služeb (produktů).

Informace představují konkurenční výhodu na trhu, a proto je pro subjekty cestovního ruchu nezbytné využít potenciálu informačních a komunikačních technologií, které jim tuto výhodu na trhu mohou zajistit. Rozvoj technologií však neovlivňuje pouze nabídku cestovního ruchu, ale i poptávku, která je stimulována díky rychlému šíření informací pomocí informačních a komunikačních technologií, resp. Internetu.

1.3 Internet

Nejpoužívanější počítačovou sítí, která je součástí informačních a komunikačních technologií, je Internet.

1.3.1. Vznik Internetu

Zjednodušeně můžeme konstatovat, že Internet spojuje na dálku počítače. Potřeba spojit počítače vznikla již na samém počátku jejich existence. Tím hlavním důvodem bylo efektivní využití strojového času tehdejších velkých sálových počítačů. Některé složité výpočty pak mohly být prováděny paralelně na více strojích a výsledek proto mohl být znám mnohem dříve. Kromě některých amerických vědeckých výpočtů byl podobný výkon potřebný hlavně pro výpočet dráhy letu různých střel a raket. Celkem logicky tedy u zrodu počítačových sítí stálo ministerstvo obrany Spojených států.

Vojenskou zakázku na síť, jejímž cílem posléze nebyly již pouze výpočty, ale též komunikace a řízení (ARPAnet), realizovaly některé americké univerzity. Postupem času byla tato síť zpřístupněna nejen americkým univerzitám, ale i dalším vzdělávacím a nekomerčním institucím na celém světě, což vedlo k tomu, že vznikla mezinárodní síť Internet.

1.3.2. Funkce Internetu

Kromě přenosu souborů s programy a daty byla jednou z prvních všeobecných rozšířených aplikací internetu též elektronická pošta dovolující zaslání zpráv mezi všemi uživateli propojených počítačů.

Mezi základní služby (funkce) Internetu patří:

- www – World Wild Web (světová pavučina)
- e-mail (elektronická pošta)
- FTP
- Newsgroups

atd.

WWW

World Wild Web či světová pavučina slouží k výměně informací a je založena na souboru pravidel neboli protokolech. Tato sbírka pravidle je známa jako Hyper-Text-Transfer-Protocol, tedy http. Tento protokol nám umožňuje prohlížet si jednotlivé stránky za pomoci tzv. web-prohlížeče, který rozumí http a dokáže číst stránky na web-serverech, tj. počítačích, které ukládají jednotlivé stránky.

WWW je jednou z funkcí internetu, kterou si můžeme představit jako knihu, která je tvořena souborem stránek.

1.3.3. Využití Internetu v cestovním ruchu

Internet se stává významným nástrojem pro subjekty cestovního ruchu při získávání a výměně informací, provádění rezervací apod.

Tím nejrozšířenějším nástrojem Internetu je rychlá, efektivní a levná prezentace subjektů a poskytovaných služeb. Prezentační stránek je v oblasti cestovního ruchu velké množství a v porovnání s ostatními obory je jejich počet srovnatelný, ne-li vyšší. Pokročilejší internetové aplikace jsou založeny na dynamických stránkách. Ty již umožňují práce s databázemi a jsou často kombinovány s principy elektronického obchodu.

Webové stránky jsou marketingovým nástrojem cestovního ruchu.

Na Internetu je možné získat informace a služby zaměřených na cestovní ruch:

- Prezentace destinace cestovního ruchu
- On-line vyhledávání (dopravního spojení)
- On-line rezervace služeb cestovního ruchu
- Prezentace nabídky služeb subjektů cestovního ruchu (cestovní kanceláře, hotely a restaurace apod.)
- Metainformace a primární informace (tj. vyhledávací služby a rozcestníky)
- Další informace z oblasti cestovního ruchu (statistické přehledy, počasí, doporučení pro různé oblasti světa atd.)

2 Tvorba www stránek

2.1 Obecné předpoklady tvorby www stránek

Na úvod je třeba objasnit některé aspekty spojení s www stránkami. WWW stránka je tvořena pomocí tzv. **programovacího jazyka**, např. html či javaskript. Programovací jazyk využívá posloupnosti příkazů, které tvoří **zdrojový kód** webové stránky. Zdrojový kód obsahuje informace o tom, co a jak se má na stránce zobrazit. Samotné zobrazení stránky, tak aby jí běžný uživatel rozuměl, je úkolem web-prohlížeče, který umí „přeložit“ zdrojový kód do čitelné podoby, jak ji běžný uživatel zná z internetu.

Můžeme tak konstatovat, že www stránka má dvě tváře, a to tu, kterou nastavuje prohlížeč, tj. **vlastní stránku**, a tu, která je tvořena **zdrojovým kódem**, který udává, co má prohlížeč zobrazit.

2.1.1. Programovací jazyk

Nejpoužívanějším programovacím jazykem, který se používá pro tvorbu zdrojového kódu je hypertextový jazyk značek, resp. HTML (Hypertext Markup Language). Značky jsou základními stavebními kameny webové stránky, které udávají popis toho, co má prohlížeč zobrazit.

Pro vytvoření html souboru – zdrojového kódu – je možné využít dvou způsobů. První z nich představuje nejjednodušší formu, která nevyžaduje žádný speciální software, ale na druhou stranu je třeba, aby uživatel znal alespoň základní značky pro tvorbu html souborů. Pro tvorbu zdrojového kódu postačí obyčejný textový editor, např. Poznámkový blok. Druhou možností je využití tzv. WYSIWYG¹ editoru jako je např. FrontPage 2000 (produkt Microsoft), v jehož případě uživatel nemusí znát žádné příkazy (značky) pro tvorbu zdrojového kódu. Uživatel vytváří vlastní stránku přímo, tj. v její konečné podobě, pomocí nástrojů softwarového programu, který si sám posléze převádí vytvořenou stránku do zdrojového kódu.

2.2 Hlavní zásady pro správnou tvorbu www stránek

Nejdůležitější fází tvorby www stránek je její příprava a návrh obsahu webových stránek. V této fázi je třeba si položit několik otázek, a to ***Proč stránku vytváříme?, Komu bude stránka určena?, Co má být jejím obsahem?*** apod. Na základě odpovědí na tyto otázky je nesporně jednodušší naplnění realizace webových stránek.

2.2.1. Charakter stránek

Charakter, resp. poslání, stránek může napovědět či poukázat na to, co by dané stránky měly obsahovat a na co se soustředit. V podstatně rozlišujeme tři typy stránek:

Informační stránky

Stránky informačního charakteru jsou určeny především čtenáři, to znamená, že v obsahu stránek převažuje text. Uživatel – čtenář – by se neměl na stránce „ztratit“ z čehož plyne, že dané stránky by měly být přehledné, jednoduché a především snadné na orientaci. Přehlednost stránek je možné docílit využíváním různých forem nadpisů a dalších stylů, které umožní rychlé vyhledání požadované informace na stránce.

¹ zkratka slov vychází z anglického What You See Is What You Get

Prezentačně-komerční stránky

Jak již sám název napovídá, tyto stránky se orientují především na prezentaci produktů firem, z těchto důvodů by měla na stránce sehrávat klíčovou roli grafika. Stránky by měly být poutavé, ale v žádném případě přeplácené a plné reklamy. Nepostradatelnou informací na těchto stránkách je uvedení kontaktu.

Internetové obchody

Obsah těchto stránek by měl být stručný. Informace zde uvedené by měly být zřetelné a na první pohled viditelné, tj. informace by měly být umístěny tak, aby byly tzv. po ruce.

Posláním WWW stránek destinace je především poskytování informací o daném území, zároveň však tyto stránky slouží jako prezentace dané destinace, a proto by se při jejich tvorbě mělo vycházet z charakteristik, které platí pro informační a prezentační stránky.

2.2.2. Hlavní zásady tvorby webových stránek

Klíčovým heslem celého procesu tvorby webových stránek je konstatování, že „*v jednoduchosti je síla*“.

Poutavost

Webová stránky by měla být vizuálně poutavá, jelikož je prokázáno, že uživatel si stránku nejprve prohlíží, a teprve poté se začte do nabízených informací.

Orientace

Cílem návštěvníka stránek je co nejrychleji najít kvalitní požadované informace. Tento aspekt by měl tvůrce stránky mít na paměti a snažit se vytvořit stránku, která bude jednoduchá na orientaci, aby návštěvník stránek neztrácel čas zbytečným proklikáváním se k dalším informacím. Proto se doporučuje, aby veškeré důležité informace by na jedné stránce.

Aby nedocházelo k tomu, že se návštěvník na stránce neorientuje, neměla by stránka obsahovat komplikované odkazy. Odkazy by měly být přehledné a návštěvníkovi by mělo být jasné, kam se po kliknutí dostane a co tam najde.

Dokument by měl být přehledně rozdělen. Toto rozdělení spočívá ve vyčlenění plochy na tzv. **menu**, nebo-li heslovitý obsah stránek, a na část textovou. Nejčastěji se menu umísťuje do levého okraje či do horní části stránek, přičemž platí, že menu by mělo být stabilní.

Velikost dat

Při vytváření obsahové náplně stránek, je třeba pamatovat na skutečnost, že ne každý uživatel internetu má kvalitní připojení na síť, resp. využívá různých způsobů připojení, a nevlastní vysoko výkonný počítač. Tento fakt se posléze odráží v rychlosti stahování dat. Není proto jedno jaká je velikost dat umístěných na webové stránce.

Umístění stránek

Neméně podstatnou věcí je umístění webových stránek. Stránky by měly být snadno dostupné, s čímž souvisí vhodný výběr www adresy.

Aktualizace informací

Bezesporu nejdůležitější zásadou při tvorbě webových stránek je jejich pravidelná aktualizace. Jak známo, informace mají specifické vlastnosti, které způsobují, že informace jsou proměnlivé, a proto je nezbytné je systematicky upravovat a zpřesňovat.

2.3 Shrnutí

Cílem této kapitoly nebylo konkrétně ukázat návod jak se vytvářejí webové stránky, tj. prezentovat příkazy (znaky) vytvářející zdrojový kód. Především šlo o nastínění základních předpokladů fungování webových stránek (programový jazyk, zdrojový kód, možnosti tvorby html apod.).

Stěžejní částí, která je důležitá pro následující kapitoly, jsou základní zásady tvorby www stránek. Tyto zásady lze shrnout následovně (Broža, 2001):

1. Než vůbec začnete tvořit stránky, důkladně a pečlivě si promyslete obsah a konečnou strukturu stránky.
2. Měli byste si rozmyslet, jakému účelu vaše stránky budou sloužit. Tomuto pak přizpůsobte jejich vzhled a provedení. Je totiž rozdíl mezi stránkou komerční, informační a internetovým obchodem.
3. Stránky musí být přehledné. Čtenář, který si bude tyto stránky prohlížet, se v nich musí orientovat.
4. Nezapomeňte uvést potřebné kontaktní údaje.
5. Je dobré rozdělit stránky tak, aby žádná z nich neobsahovala velký objem dat, který by zpomaloval jejich stahování.
6. I když by stránky měly být přehledné, oživte je, kde je to vhodné. Připoutáte tak zájem čtenáře. Pamatujte však na pravidlo, že „*v jednoduchosti je síla*“ a nevytvářejte nic zbytečného a matoucího.
7. Udělejte svým stránkám jednotný vzhledový styl, podklad, písmo, jeho barvu, velikost, ovládací prvky, tyto všechny prvky by měly mít vaše stránky společné – jednotný „*duch*“.
8. První stránka webu by měla být maximálně informační a říkat čtenáři, co na něm najde.
9. Než umístíte stránky na Internet, zkontrolujte důkladně jejich správnou funkčnost.

3 Destinace a obsah jejich webových stránek

3.1 Pojem destinace

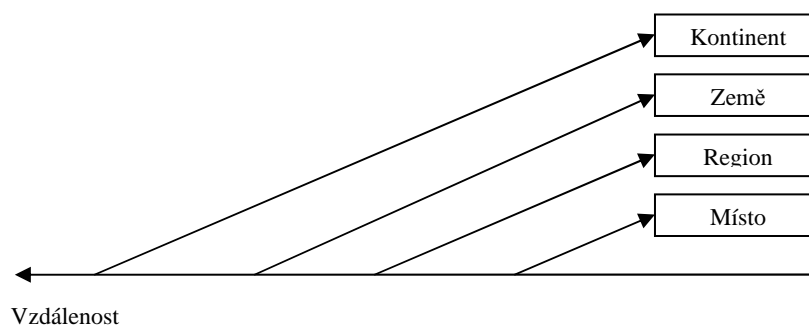
V samotném úvodu kapitoly by bylo na místě si objasnit pojem destinace. Je nezbytné upozornit na trojí pojetí pojmu destinace.

3.1.1. Geografické pojení destinace

Výkladový slovník cestovního ruchu pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí „cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků“ (Pásková, Zelenka, 2002).

Obecně lze říci, že destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti odlišné od jiných destinací. Z hlediska vzdálenosti můžeme pod pojmem destinace rozumět tyto územní celky (viz. Obr.2).

Obr.2: Definice destinace v závislosti na vzdálenosti



Zdroj: Bieger, T. (1996)

3.1.2. Marketingové pojetí destinace

Destinace jako „produkt cestovního ruchu“ se chápe jako systém složený z jednotlivých poskytovatelů služeb (např. ubytovací a stravovací zařízení, dopravci, sportovní zařízení apod.) ovlivňovanými okolím, ve kterém působí (politické, ekonomické, společenské, přírodní prostředí).

3.1.3. Pojetí destinace z pohledu managementu

Teorie řízení (management) chápe pojem destinace jako organizaci cestovního ruchu, která se zabývá řízením a koordinováním činností v rámci vymezeného území, viz. geografické pojetí destinace. V souvislosti s tímto pojetím se používá pojem destinační management, resp. organizace cestovního ruchu, kterou tvoří subjekty cestovního ruchu.

Pro účely tohoto učebního textu budeme pracovat s destinací v geografickém pojetí.

3.2 Webové stránky destinace

Odborná publikace (Zelenka, 2002) uvádí doporučení pro obsah a funkci www stránek pro cestovní ruch, resp. destinace (regionu, obcí, atraktivit a turistického informačního centra.

3.2.1. Obsah www stránek destinace

V rámci obsahu www stránek destinace jsou vymezeny tři tematické okruhy, jež jsou specifikovány a odůvodněny, proč jsou začleněny do www stránek.

Název

Primárním částí obsahu www stránek je název destinace. WWW stránky by měly specifikovat přesný název destinace a jeho označení logem (znakem). Název a logo tvoří důležitou součást image objektu, přispívá jeho identifikaci a zahrnutí destinace do podvědomí návštěvníka stránek.

Lokalizace

Dalším tematickým okruhem, resp. částí obsahu www stránek přesné vymezení geografického rozsahu destinace, resp. polohy vůči okolím geografickým nebo administrativním jednotkám a objektům.

Orientace

Tato část představuje strukturu náplně www stránek, které pro návštěvníka představují zásadní orientační prvky. Mezi tyto prvky patří:

- základní historicko-společenské vymezení (základní údaje),
- produkty cestovního ruchu,
- atraktivitu,
- služby pro návštěvníky,
- dopravní dostupnost různými dopravními prostředky,
- kalendář akcí a
- další zdroje informací.

3.2.2. Funkce www stránek destinace

WWW stránky destinace by měly plnit určité funkce, které můžeme taktéž dělit do tematických okruhů. V případě specifikace funkce je uvedena i implementace www stránek destinace.

Vybrané funkce

Prvořadou funkcí www stránek destinace je prezentace informací o destinaci, a to v obdobném rozsahu v několika jazycích – minimálně čeština, angličtina a němčina. Další funkcí je vyhledávání na www stránkách. Určitě by nemělo chybět propojení na externí www stránky pomocí textu a objektů (odkazů) na www stránkách. V případě rozsáhlejších projektech www stránek by měla existovat mapa stránek, tj. přehledné hypertextové zobrazení struktury propojených stránek.

Design

Důležitou funkci, která je na první pohled návštěvníkovy www stránek zřejmá, je design, tj. provedení www stránek. Mělo by platit pravidlo, že na úvodní stránce se reklamy mohou vyskytovat pouze v zápatí stránky a nesmí být výrazným prvkem. Na dalších stránkách se

reklamy nesmí stát dominantním prvkem, resp. prvkem, který snižuje přehlednost informací na stránce.

Dodržený by měly být **zásady dobrého designu**, které jsou specifikovány následovně:

- jednotný design usnadňuje orientaci na stránkách,
- vhodný kontrast mezi pozadím a textem (grafickými prvky),
- maximální plocha pro užitečnou informaci (důležité informace na viditelném místě),
- navigační prvky umožňují přehledný pohyb v rámci stránek,
- externí www stránky se otvírají v novém okně a
- optimalizace načítání stránek.

Propojení v rámci celostátních (regionálních) informačních systémů

Každá www stránka by měla mít vlastní URL² pro každý jazyk, tj. přesný odkaz na daný jazyk z externích www stránek. Důležité je, aby tato adresa nebyla měněna. Aby bylo možné přesně směřovat externí odkazy je vhodné zavést samostatné URL pro významné části www stránek jako např. města/obce, hrady a zámky aj.

Aktuálnost a správnost údajů

Na www stránkách nesmí chybět e-mail (kontakt) na garanta obsahové správnosti údajů, tj. správce či webmastera. Pomocí tohoto mailu může být realizována zpětná vazba pro aktualizaci stránek a odstranění problémů s funkčností. Chybět by nemělo datum poslední aktualizace a uvedení podkladu (zdroje) pro zvažování důvěryhodnosti údajů.

3.2.3. Doporučení obsahu www stránky jednotlivých destinací

Nyní se podíváme na to jaký obsah by konkrétně měly mít www stránky jednotlivých destinací – z hlediska územního aspektu. Následně si uvedeme doporučení pro www stránky destinace coby regionu, obce, atraktivitu a turistického informačního centra.

Region

Stránky by měly obsahovat přesný název regionu a jeho logo. Specifikována by měla být i jeho lokalizace a to v formě orientační mapky ČR a regionu s umístěním regionu, dále poloha regionu vztažená ke geografickým orientačním bodům jako jsou významná pohoří, nížiny, vodní toky, vodní plochy a samozřejmě poloha vzhledem k území ČR.

Z hlediska orientace by neměla na stránce chybět geografická mapa regionu s vyznačením měst, atraktivit, silnic a železničních tratí, letiště a TIC včetně jejich kontaktu.

Zásadní orientační prvky

WWW stránky by měly obsahovat historii regionu (včetně dobových ilustrací), rozlohu a počet obyvatel a výstižný přehled turisticky významných sídel. Součástí stránek by měly být také informace o produktech cestovního ruchu, což znamená jejich název, přesné vymezení, tj. výčet míst a akcí, které jsou v produktu obsaženy, a stručný popis produktu.

Fundamentálním orientačním prvkem www stránek regionu jsou atraktivitu, tj. památky, muzea a galerie, kulturní zařízení apod. Zde by měly být uvedeny základní charakteristiky

² URL = Uniform Resource Locator, nebo-li označení adresy www stránek

včetně jejich fotografií, kontakty na atraktivity, propojení na atraktivity a informační systém o atraktivitách a dále propojení na stránky obcí.

Dalším obsáhlým orientačním prvkem www stránek regionu jsou služby pro návštěvníky, které představují nabídku ubytování v regionu, včetně ceny, struktury lůžkové kapacity a poskytovaných služeb, stravovací služby, finanční služby, tj. kontakty na banky a jejich otevírací doba, umístění bankomatů a druhy akceptovaných karet, pošty, rekreační zařízení, sportoviště, další významné informace, např. policie, celnice, obecní úřady s uvedením otevírací doby, zdravotní zařízení aj. Realizováno by mělo být propojení na www stránky obcí a taktéž informační systém o ubytovacích a stravovacích službách.

V případě dopravní dostupnosti by měly www stránky regionu obsahovat orientační mapu dopravních tras (silniční komunikace – číselné značení a směr od významného sídla nebo propojující významná sídla; číslo železniční trati spojující významná sídla), výstupní a nástupní stanice a pěší dostupnost k obci/atraktivitě/TIC. WWW stránka by měla uvádět autobusové, železniční a letecké spojení z významných sídel. Chybět by nemělo propojení na informační systémy s vyhledáváním dopravního spojení, a to i místní (hromadné) dopravy.

Nedílnou součástí www stránek regionu je také kalendář akcí, který by měl mít propojení na informační systém s vyhledáváním akcí v regionu. Akce by měly být popsány následovně: název akce, místo a čas konání akce, kontakt na pořadatele (telefon, fax, E-mail), popis akce, cena a datum poslední aktualizace údajů.

WWW stránky regionu by měly dále obsahovat odkazy - adresy (URL) na další zdroje informací, tj. významné celostátní informační servery, obce regionu, atraktivity regionu, celostátní a regionální informační systémy o ubytování, dopravním spojení, kulturních, sportovních a dalších akcích.

Cílem www stránky regionu je komplexní prezentace regionálního produktu cestovního ruchu, dále pak využití propojení na celostátní turistický informační systém a na obce, TIC a atraktivity regionu.

Obec

WWW stránky obce by měly bezpodmínečně obsahovat přesný název obce a jeho znak. Součástí stránek by měla být orientační mapka ČR a regionu s umístěním obce. Dále by nesměla chybět lokalizace obce podle geografických orientačních bodů a význačných sídleních útvarů – poloha obce vzhledem k významným pohořím, nížinám atd. – a podle administrativního členění. Z hlediska regionalizace cestovního ruchu by měla být uvedena i příslušnost obce k turistickému marketingovému regionu.

Pro usnadnění orientace by měla stránka dále obsahovat plán obce s vyznačením atraktivit, autobusových a vlakových nádraží, záchytných parkovišť, TIC a jejich kontakty.

Zásadní orientační prvky

Pokud se týče tohoto bodu, resp. obsahu těchto prvků na www stránce obce, platí stejná doporučení jako v případě www stránky regionů

Obdobný je i cíl www stránek obce s cílem stránkami regionu, ovšem s důrazem na dané území, tj. obec. WWW stránka obce tak zajišťuje komplexní prezentaci produktu cestovního ruchu obce, atraktivit a akcí obce a dále využívá propojení na www stránky TIC a atraktivit v regionu.

Atraktivita

S ohledem na vymezení destinace coby konkrétní atraktivity je třeba, aby www stránky atraktivity obsahovaly její přesný název a symboly, které se k dané atraktivitě vztahují, např. erby u hradů a zámků apod.

V případě uvedení lokalizace dané atraktivity, je možné vycházet z doporučení uvedených u www stránek obce.

Na www stránkách atraktivity nesmí chybět orientační mapka regionu s umístěním dané atraktivity a dalších atraktivit, a to včetně kontaktů na atraktivitu a základních údajů o poskytovaných službách.

Zásadní orientační prvky

Návštěvníci www stránek atraktivity by měli být schopni se dozvědět základní historické údaje (včetně dobové ilustrace) o atraktivitě, její základní charakteristiky, mít možnost podívat se na fotografie exteriéru a interiéru a taktéž plánu atraktivity. Obsahem bodu služby pro návštěvníky je otvírací doba včetně sezónnosti, doba prohlídky, cena vstupenek a možnost jejich rezervace, jazyky pro průvodcovské služby a kontakt na atraktivitu.

Doporučení náplně obsahu bodů dopravní dostupnost a kalendář akcí je shodný pro všechny druhy destinací.

Součástí www stránky atraktivity by měly být další URL souvisejících s danou atraktivitou a URL obdobných atraktivit v regionu.

Smyslem www stránky atraktivity je vedle její prezentace s důrazem na její image, také poskytování informací důležitých pro návštěvníky.

Turistické informační centrum

Obdobně jako u předchozích www stránek, i v případě turistického informačního centra, platí, že by stránky měly obsahovat přesný název, logo a navíc i kategorii TIC.

Z lokalizačního hlediska by www stránka TIC měla obsahovat orientační mapku regionu s umístěním TIC. Upřesněna by měla být poloha TIC v obci, a samotná poloha obcí. Nápomocný by byl i plán obce s umístěním TIC.

Zásadní orientační prvky

Uvažujeme-li www stránku TIC jakožto stránku organizace, bude nejvýznamnějším prvkem www stránek bod služby pro návštěvníky, který by měl zahrnovat charakteristiku poskytovaných služeb včetně jazyků, ve kterých jsou poskytovány, dále by měly být prezentovány fotografie exteriéru, otvírací doba a především kontakt na TIC.

Jak bylo již výše uvedeno dopravní dostupnost a kalendář akcí by měl být ve stejném rozsahu jako u předchozích www stránek destinací (viz. Region).

Dalším důležitým prvkem pro www stránky TIC je uvedení dalších zdrojů informací.

Cílem www stránek TIC je prezentace turistického informačního centra s důrazem na popis poskytovaných služeb a propojení informací důležitých pro návštěvníky na dalších www stránkách.

4 Webové stránky turistických informačních center

4.1 Význam turistických informačních center

Podle vypracované Metodiky turistických informačních center má TIC charakter veřejné služby, poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy jako součást informačního systému cestovního ruchu, jenž zahrnuje odbornou pracovní sílu, technické prostředky a vybavení (prostory, počítače, software, telekomunikační prostředky), provozní finance, obecně platné systémové normy a pravidla včetně základních standardů rozsahu a kvality poskytovaných služeb.

Hlavním úkolem TIC je poskytovat komplexní bezplatný informační servis a popřípadě nabízet služby ze všech oblastí souvisejících s cestovním ruchem pro potřeby návštěvníků a rezidentů³ včetně postupně realizovaných rezervací služeb cestovního ruchu. Součástí služeb TIC by měl být i prodej informačních materiálů, publikací, map, průvodců, upomínkových předmětů atd. (Pásková, Zelenka, 2002 str. 297).

Jelikož má TIC charakter veřejné služby, je více než žádoucí, aby se zakládáním a činností TIC zabývaly především města/obce. Kromě podílu na rozvoji území⁴, prezentují TIC samotnou obec/město/region na veřejnosti. Svoji činností TIC podporují aktivní cestovní ruch, což z ekonomického hlediska je pro obec/město/region velkým přínosem.

TIC jsou vizitkou toho, jak jsou organizace a instituce v daném místě schopny propojit nejdůležitější užitečné informace a spolupracovat na společné prezentaci či vytváření a realizaci produktů cestovního ruchu (Foret, Floretová, 2001 str. 42).

TIC jsou základními kameny fungující turistické organizační struktury (destinačního managementu) v regionech⁵.

4.2 Prezentace TIC na WWW stránkách – průzkum

Následující podkapitola podává závěry z analýza poskytovaných informací a služeb TIC na internetu. Tato analýza je součástí dokumentu Turistický barometr jižní Morava 2004, který hodnotil návštěvnost v tomto regionu a zároveň činnost a kvalitu poskytovaných služeb turistických informačních center v na jižní Moravě.

4.2.1. Základní předpoklady hodnocení

Základním předpokladem pro hodnocení www stránek byla snadná dostupnost na tyto stránky, přehlednost, rozsah a kvalita uveřejňovaných informací a služeb.

Lokace www stránek jednotlivých TIC koresponduje s tím, kdo je jejich zřizovatelem. Proto se setkáme s odkazem na TIC na www stránkách obcí či měst nebo samotných zřizovatelů, např. Správa jeskyní Moravského krasu, Správa NP Podyjí atd.

Pravděpodobně největším oříškem pro nezasvěceného návštěvníka při vyhledávání informací (odkazů) o TIC je jejich dostupnost. Únavné „proklikávání“ se a leckdy nesnadná orientace ve

³ Skutečnost, že služeb TIC využívají z velké části i samotní obyvatelé obce/města, je opomíjena.

⁴ Všestranný rozvoj území je jedním ze základních povinností každé obce/města, která je stanovena přímo ze zákona (§2 odst. 2 zákon č.128/2000 Sb. o obcích ve znění pozdějších předpisů).

⁵ podrobněji viz. Vystoupil, 2002

spoustě informací může návštěvníky úplně odradit od dalšího vyhledání. Přestože řada www stránek, na kterých se TIC prezentují, je po designové stránce dobře vyřešena, jednoznačně se jako nejrychlejší odkaz na informace poskytované TIC ukázala být přehledně umístěná ikona s charakteristickým znakem TIC, tj. bílé „i“ v zeleném poli⁶.

Z pohledu rozsahu a kvality bylo hodnoceno, jaké informace jsou na stránkách prezentovány. Za základní informace byly považovány údaje o kontaktu (adresa, telefonní či faxové spojení, e-mail), provozní době a stručné charakteristice činnosti TIC.

4.2.2. Konkrétní hodnocení TIC

Pouze značně omezené informace je možné získat o **Kulturním a informačním centru města Dolní Kounice** z www stránek města Dolní Kounice. Kromě otevírací doby kláštera by zde návštěvník marně hledal odkaz na TIC a potažmo na základní informace, dozvědět se může pouze o zdejších památkách.

Obdobně je tomu u **Informačního střediska Jevišovice**, které má sice přímý odkaz v hlavním menu www stránek obce Jevišovice, ovšem je možné se zde dozvědět pouze o lokaci TIC, a to ještě bez mapy. Základní informace zcela chybí. Návštěvník se však může dozvědět z dalších odkazů v hlavním menu stručné informace o kultuře, zajímavostech, ubytování a stravování.

O brněnských TIC se návštěvník dozví ze www stránek **Kulturního a informačního centra města Brna**. Tyto stránky jsou věnovány především kultuře. Z hlavního menu je však možné se přímým odkazem dostat na stránku, kde je možné se velice stručně dozvědět o základních informacích TIC, a to včetně průvodcovských a ubytovacích službách a nabídce doplňkového prodeje.

Městské kulturní středisko v Hustopečích má jako jedno z mála na stránkách města přímý odkaz formou nepřehlédnutelné ikony „i“. Na stránkách jsou k dispozici jak základní informace o TIC tak jeho samotné fotografie (interiér). Součástí stránky jsou i odkazy na společenské akce a možnosti ubytování (internet odkazy, fotografie ubytovacích zařízení a kontakty). Jasně, přehledné ztvárnění umožní návštěvníkovi snadnou orientaci na stránkách a taktéž zkrátí čas při hledání požadovaných informací.

Prezentace stránek **Kulturního a informačního centra v Ivančicích** probíhá opět přes stránky města. Přímý odkaz na TIC z hlavního menu není. Návštěvník musí jít přes odkaz Radnice, kde se však i po odkliknutí příslušného odkazu nezobrazí hned stránka KIC Ivančice, což může netrpělivé surfaře odradit k návštěvě těchto stránek. Posléze se na stránkách dovíme jak o základních informacích o TIC (kontakt, otevírací dobu, náplň činnosti), ale také informace o kultuře, výstavách a expozicích, ubytovacích a stravovacích službách – zařízeních, atd.)

Stránka **Regionálního informačního centra Austerlitz** je umístěna v hlavním menu www stránek města Slavkov u Brna pod odkazem Info. Na stránkách se návštěvník dozví především základní informace o TIC. Dalším zdrojem turistických informací jsou odkazy z hlavního menu na historii, památky, kulturu, služby (ubytovací a stravovací zařízení, cestovní kanceláře atd.) a volný čas (kulturní a společenské akce, procházka po okolí a nabídka sportoviště).

⁶ Četné psychologické průzkumy potvrzují, že člověk si lépe pamatuje, a tudíž se rychleji orientuje podle jednoduchých symbolů (obrázků), než-li podle kombinaci znaků, kterou si musí přetlumočit.

Blanenská informační kancelář Blanka má své stránky umístěny na www stránkách města Blanska s přímým odkazem Informační kancelář Blanka v hlavním menu. Zde uveřejňuje jak základní informace o TIC (včetně fotografií TIC – exteriér), tak podrobněji rozpracovanou svoji činnost se spoustou dalších užitečných odkazů. Návštěvník se tak může dozvědět informace o společenských akcích, ubytování, stravování, dopravě, turistice, Moravském krasu, kontaktech na ostatní TIC Blanska atd. přímo ze stránek TIC, aniž by se musel vracet do základního menu www stránek města. K dispozici jsou i mapy okresu a města.

Turistické informační centrum Vyškov se prezentuje na stránkách města, kde má v hlavním menu přímý odkaz. Na stránkách nabízí jak základní informace i s fotografiemi TIC, tak podrobné informace o kultuře, ubytování, restauracích atd. včetně nabídky výletů do okolí Vyškova, které nejsou samozřejmým obsahem stránek všech TIC, jak by se mohlo zdát.

Prezentace – informace poskytované **Ústřední informační službou Skální mlýn** se na stránkách Správy jeskyní Moravského krasu hledají obtížně. Odkaz na TIC bychom marně hledaly. Samotné stránky totiž slouží pro informace o celém Moravském krasu a poskytují informace o cenách vstupného, otvírací době, lokaci jeskyní, kontaktu na rezervaci, stručných charakteristikách jeskyní. Například informace o ubytovacích zařízeních není na těchto stránkách dostupný.

O **Městském informačním středisku Boskovice** se návštěvník dozví ze stránek města Boskovice, kde je součástí rozsáhlého menu i přímý odkaz na něj. Pro snadnější orientaci jsou u každé položky menu připojeny ikonky, které by je měly charakterizovat. Na stránkách jsou uvedeny všechny základní informace o TIC. Stránka však obsahuje důležitý odkaz na region Boskovicko, kde jsou k dispozici podrobné informace pro turisty.

Na stránky **Turistického informačního centra Břeclav** se lze jednoduše dostat přes stránky města Břeclav. Jasným signálem pro návštěvníka hledajícího turistické informace je typická ikona TIC. Mimo základních informací se ze stránek podrobněji dovíme o půjčovně kol. Další podrobnější informace či odkazy pro turisty (kultura, sportovní vyžití, ubytovací a stravovací zařízení atd.) je sice možné na www stránkách města Břeclav nalézt, ovšem jsou velice roztroušeny a nesjednoceny.

Www stránky **Turistického informačního centra Lednice** donedávna nebyly v provozu. V současné době jsou k dispozici na stránkách obce Lednice jak základní informace o TIC (mimo stručné charakteristiky činnosti) i další přehledně a logicky členěné informace (seznamy) o základních turistických službách v okolí.

Informační centrum města Hodonín má svůj odkaz na oficiálních stránkách města, a to přímo v hlavním menu pod názvem Informační centrum. Ze stránek se návštěvník dozví jak základní informace tak další novinky z oblasti cestovního ruchu na území Hodonínska, tipy na výlety, aktuální seznam vstupenek v předprodeji. K dispozici jsou také seznamy (databáze) poskytovatelů služeb v oblasti cestovního ruchu. Stránky jsou přehledné a srozumitelné.

Samotná prezentace **Turistického informačního centra Kyjov** se nachází na www stránkách města Kyjov pod tématickým odkazem Cestovní ruch. Kromě rozšířených přehledně uspořádaných základních informací o TIC jsou na stránkách i fotografie TIC, a to jak interiéru tak i exteriéru.

Důmyslným rozcestníkem se na internetu prezentuje Mikulov. Zde se také nachází v hlavním menu i přímý odkaz na **Turistické informační centrum Mikulov**. Nejen že na stránkách uveřejňují základní informace o TIC, ale navíc se návštěvník doví i další vyčerpávající informace z oblasti cestovního ruchu. K dispozici jsou i seznamy ubytovacích zařízení s hyperlinkovými odkazy a přesnou lokací na mapě. Prostřednictvím stránek je také možné rezervovat si vstupenky nebo objednat ubytování či stravování nebo dokonce program.

Informace poskytované **Turistické informačním centrem Miroslav** jsou dostupné na www stránkách města Miroslav, a to přímým odkazem v hlavním menu stránky. Na těchto stránkách se prezentuje spolu s Městskou knihovnou. O činnosti TIC se zde návštěvník může dozvědět pouze o kopírovací a internetové službě, což je velice málo. Je ovšem třeba poznamenat, že jednotlivé odkazy týkající se cestovního ruchu (např. kulturní akce, turistika, restaurace a ubytování) jsou dostupné z menu hlavních stránek města Miroslav.

Ze základních informací o **Městském informačním centru Moravský Krumlov** se návštěvník www stránek města Moravský Krumlov dozví pouze telefonní kontakt. Přímý odkaz na TIC na stránkách chybí. K dispozici jsou jenom stručně vyjmenované turistické atrakce, rekreační možnosti a informace o dopravní dostupnosti města. Z dalších odkazů je možné se dozvědět o historii a památkách města a o kultuře. Vzhled stránek se jeví jako přehledný, ovšem z pohledu rozsahu a kvality informací jsou stránky nedostatečné.

Www stránky města Pasohlávky sice nabízejí hyperlinkový odkaz v podobě ikony TIC, ovšem po jeho zpuštění se návštěvníkovi informace o **Turistickém informačním centru Pasohlávky** nezobrazí, tudíž se ani nedozví základní informace o TIC. Přístupné jsou pouze informace o historii a důležitých zařízeních cestovního ruchu. Z několika předchozích návštěv těchto stránek, však víme, že během sezóny je možné se o činnosti TIC dozvědět. Skončení sezóny však není důvodem, proč by neměly být na www stránkách poskytovány informace o TIC celoročně.

Přestože je provozovatelem **Informačního centra města Strážnice** soukromý subjekt, mělo by být v zájmu města Strážnice, aby internetová prezentace města Strážnice a jeho okolí prostřednictvím TIC byla na úrovni. Při vstupu na tyto stránky nic nenasvědčuje tomu, že by zde mohl návštěvník najít byť jen základní informace o TIC. Zajímavé informace jsou před nezasvěceným návštěvníky schovány pod odkazem J.Morava, kde se nachází jak seznam vinných sklípků a jejich programy, tak náměty na možné výlety po okolí či seznamy ubytovacích zařízení a celoroční kalendář kulturních akcí. Bezespору raritou je odkaz na texty lidových písní.

Všechny náležitosti základních informací o TIC poskytuje na www stránkách města **Turistické informační centrum Valtice**. Tyto informace jsou navíc rozšířeny o fotografie interiéru TIC a o historii TIC. K těmto informacím se bohužel návštěvník www stránek nedostane přímo z hlavního menu. Musí jít nejprve přes odkaz Volný čas. Zde se však dostane i k dalším užitečným odkazům jako je kulturní kalendář, seznam restaurací a ubytovacích zařízení ve Valticích. Dozajista cennou informací jsou výstižně popsané cyklotrasy, turistické trasy a vinařské stezky. Samostatným odkazem jsou kulturní památky dostupné přímo z hlavního menu stránek.

O činnosti **Informačního centra Baťova kanálu** je možné se dozvědět na www stránkách Baťova kanálu. Mimo provozní doby TIC je možné na těchto stránkách nalézt kvalitní a podrobné informace týkající se Baťova kanálu (interaktivní mapa, popis vodních cest, informace o plavbách a programech, půjčovnách, společenských akcí atd.).

Profesionálně zpracované jsou www stránky **Vzdělávacího a informačního střediska Bílé Karpaty**. Obsah stránek vyplývá z náplně činnosti organizace, proto zde najdeme vedle přehledných základních informací o TIC zejména ekologicky zaměřené výukové programy pro školy, exkurze, ekoporadnu a další informace tohoto druhu. O kulturních akcích, historii a památkách, ubytovacích a stravovacích zařízeních ve Veselí nad Moravou a okolí se zde bohužel návštěvník nedozví.

Hodnocení www stránek a poskytovaných informací **Informačního střediska Vranov nad Dyjí** není zcela jednoduché, protože existují dva internetové zdroje, na kterých je TIC

prezentováno. Jedná se o stránky zřizovatele TIC, tj. obec Vranov nad Dyjí, a provozovatele, tj. Svazek pro rozvoj a obnovu obcí Vranovska. Na základě této situace tak dochází k duplicitě informací a na místě je i otázka věrohodnosti zdroje. Z pohledu návštěvníka by bylo daleko vhodnější opatřit obě stránky společným odkazem, pod kterým by se nacházela jednotná prezentace TIC, a současně i podrobnější informace z oblasti cestovního ruchu.

Pokud by se chtěl návštěvník dozvědět informace o **Návštěvnickém středisku Čížov**, musel by se k nim „doklikat“ přes stránky Správy NP Podyjí. Přímý odkaz na TIC by zde ovšem hledal bezvysledně. K přehledným (základním) informacím o činnosti TIC včetně vyvedeného plánu zobrazujícího obrysy parku a lokaci TIC se dostane jedině přes odkaz Turistika a dále pak Návštěvnické středisko.

Turistické informační centrum Znojmo má svůj přímý odkaz na www stránkách města. Odkaz je sice v porovnání s okolním textem viditelný, ovšem jeho umístění v polovině stránky lehce způsobí jeho přehlédnutí. Informace o TIC jsou výstižné a obsahují všechny základní údaje. Navíc je návštěvníkovi k dispozici vyhledávač, který vyhledá podle data nejen akce všeho druhu (společenské, kulturní, sportovní atd.) ale i památky a zajímavosti okresu. Obtížnější je to se získáním informací o ubytovacích a stravovacích zařízeních, či o turistických produktech.

4.3 Závěry

Jak vyplynulo z analýzy internetových stránek TIC, nejsnadnější a nejrychlejší orientace v množství informací a odkazů uveřejňovaných na stránkách je přes všem dobře známou ikonu TIC, tj. bílé „i“ v zeleném poli. Proto se jeví jako nanejvýš vhodné zapracování tohoto postřehu do www stránek jednotlivých TIC. Potenciální návštěvník TIC pak nebude odrazen zdoluhavým pátráním v nabídce a s jistotou zamíří k informacím, které TIC poskytují.

Dále by bylo vhodné doplnit www stránky některými nezbytnými – standardními - informacemi, tj. základní informace o adrese, telefonní a faxovém kontaktu, elektronické adrese, otevírací době a stručném přehledu poskytovaných služeb. Samozřejmostí by mělo být, aby každé stránky TIC informovaly i o dalších podrobnějších informacích z oblasti cestovního ruchu daného regionu (kulturní akce, památky či historie okolí, ubytovací a stravovací služby, sportovní vyžití, turistické produkty atd.).

Nezbytnou součástí provozování stránek je jejich neustálá aktualizace a doplňování informací, což není ve všech případech automatické.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr.1: Informační a komunikační technologie – přehled	5
Obr.2: Definice destinace v závislosti na vzdálenosti.....	11

LITERATURA

Bébr, R., Doucek, P.: Informační systémy pro podporu manažerské práce. Professional Publishing, Praha, 2005, 223s. ISBN 80-86419-79-7

Bieger, T.: Management von Destinationen und Tourismus Organisationen. Oldenburg Verlag, München 1996

Broža, P.: Vytváříme WWW stránky. Jak na počítač aneb příručka pro nás běžné uživatele. Computer Press, Praha, 2001, 92s. ISBN 80-7226-322-6

Holešinská, A.: Kvalita poskytovaných služeb turistickými informačními centry. In: *VII. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. MU Brno, Brno, 2004, 27-33s. ISBN 80-210-3549-8.

Metodika turistických informačních center [on-line]. [cit. 2004-09-17]. Dostupný z URL <http://www.atic.cz/public/kapitola.phtml?menu=&user=24&session=58348551&kniha=25&kapitola=196&preference=>

Pásková, M., Zelenka, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu. MMR, Praha, 2002, 448s.

Turistický barometr jižní Moravy 2004 – Šetření domácí a zahraniční návštěvnosti na jižní Moravě 2004. JMK, Brno, listopad 2004.

Vystoupil, J., Šaure, M., Holešinská, A., Metelková, P.: Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu. MU v Brně, ESF, Brno, 2005 (v tisku)

Zelenka, J., Chylíková, I., Nunvář, L.: Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu. Gaudeamus, Hradec Králové, 2002, 254s. ISBN 80-7041-473-1