

## Vybrané aspekty zvyšování kvality IS cestovního ruchu v regionech, městech a obcích

*doc. RNDr. Josef Zelenka, CSc., Univerzita Hradec Králové*

Téma kvality IS cestovního ruchu v regionech, městech a obcích je velice rozsáhlé a při své důsledné diskusi by mělo být spojeno s vymezením, co je regionální informační systém, jak mají být tyto součásti vybudovány a rozvíjeny, jaký je rozdíl mezi pojetím RTIS a RIMS (viz např. [4, 13, 14, 16, 17]), jak zajistit financování informačního systému, kdo jsou partneři budující informační systém v regionu či městě/obci a jaké jsou jejich typické role/úlohy a profit z existence kvalitního informačního systému atd.

Tento příspěvek se omezuje pouze na několik poznámek ke stavu českého webovského prostoru stránek regionů a měst a obcí, naznačuje, co tvoří typické součásti kvalitních WWW stránek a jaké postupy by mohly být (variantně, na základě volby a rozhodnutí, se zachováním specifického přístupu tvůrců WWW prezentací a jejich záměrů) využity ke zvýšení kvality WWW prezentací. Je zdůrazňován aspekt projektového přístupu, propojování, místní, regionální a nadregionální spolupráce a partnerství. Výbornou publikací pro zájemce o podrobnější analýzu kvality WWW prezentací a návodem pro zvýšení kvality této prezentace je studie WTO [24], vybrané části jsou komentovány a uvedeny v [13].

### Stav českého webovského prostoru stránek regionů a měst a obcí

Český webovský prostor stránek regionů, měst a obcí je velmi bohatý a sestává z oficiálních stránek měst a obcí (někdy zahrnujících i mikroregion v okolí – viz např. [18]), mikroregionů, regionů, turistických marketingových regionů, krajských úřadů, euroregionů, projektu RIS (viz [19]), často kvalitních soukromých stránek (viz např. [21]), stránek podnikatelských subjektů (viz např. [22]) atd. Autor v letech 1999 a 2000 uveřejnil monitorování kvalitních WWW zdrojů v sérii článků v COT business (viz [5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12]). Vedle velice kvalitních zdrojů lze pro český webovský prostor stránek regionů a měst a obcí najít mnohá slabá místa, jejichž typické rysy jsou shrnuty níže:

- Chybějící nebo nedostatečně propracované cizojazyčné verze
- Chybějící rozdělení verzí v různých jazycích podle URL, což znemožňuje jejich efektivní propojování podle jazykových verzí např. na regionálních WWW stránkách
- Chybějící rozdělení podle typů návštěvníků
- Statičnost stránek
- Příliš velký důraz na historizující informace
- Malé využívání grafických a audio prvků
- Podceňování navigačních prvků a orientace ve vztahu ke známým objektům
- Malá vzájemná propojenost stránek – málo jsou využívány odkazy na další stránky v textu i v tematicky tříděných „odkazovnících“
- Neexistence důsledně integrujícího celostátního projektu
- Téměř absence kvalitních mapových podkladů
- Nevyužívání tematických map
- Nedostatek komunikace s návštěvníkem, s tím souvisí také převažující opisnost stránek
- Nedostatečná grafická úroveň, nevyhovující design
- nedostatečné zaměření na různé segmenty návštěvníků (např. jsou velmi málo nabízeny tematické produkty)
- Malé využívání celostátních či regionálních a místních databází služeb (viz např. [23])
- Výskyt reklam, graficky i obsahově necitlivě volených a začleněných
- Neexistence portálu, který by kvalitně propojoval a třídil množství existujících zdrojů (za takový nelze považovat např. ani známý Seznam, www.seznam.cz)
- Obecně jsou municipální WWW stránky méně flexibilní

Současně se lze samozřejmě také inspirovat prvky, součástmi, přístupy a koncepty, které prezentují kvalitní WWW stránky. Pokud bychom se neomezovali jen na český WWW prostor, inspirací může

být vyhodnocení nejkvalitnějších stránek podle rozsáhlého seznamu kritérií hodnocení v [24], citováno v [13]. Co je tedy v českém webovském prostoru stránek regionů a měst a obcí na WWW zajímavého a inspirujícího:

- Způsob a roviny vytváření vztahu k sídelnímu místu a regionu – kronika, pověsti, drobné památky, paměť krajiny, knihovna publikací o místě (např. [20])
- Fotogalerie s historizující reminiscencí
- Fotogalerie s uměleckými fotografiemi
- Interaktivní (senzitivní) mapy s propojením dalších tematických informací (např. [18])
- Integrovaní moderních technologií do celků – vytváření virtuálních prohlídek či alespoň jednotlivých virtuálních prezentací (např. [18, 25])

### Kvalita WWW stránek

Přestože výše byly již zmíněny některé aspekty kvality WWW stránek v cestovním ruchu, je vhodné uvést pro inspiraci jejich tvůrců další rysy kvalitních WWW stránek:

- Sledování návštěvnosti a aktivit návštěvníků se zpětnou vazbou na obsah, podobu (strukturu) stránek a marketing
- Využívání rolí (typicky rezident, návštěvník, investor)
- Vytváření komplexního, horizontálně i vertikálně a na časové ose propojeného obrazu regionu či sídelního útvaru (historicko-geografické reminiscence, hledání souvislostí, propojování s dalšími sídly či regiony atd.)
- Propojení s celostátními informačními systémy – tematicky zaměřenými (databáze služeb, atraktivit, tematických produktů – např. naučných stezek, cyklostezek) a všeobecnými
- Komunikace s návštěvníky WWW stránek různými prostředky – návštěvnícké knihy, formuláře pro odezvu na kvalitu stránek či návštěvu místa, regionu, personální sdělení zástupců tvůrců stránek směřující k návštěvníkům, možnost zveřejnění fotografií zhotovených návštěvníky atd.
- Vyvážené a v souladu s koncepcí a designem WWW stránek (ne samoúčelné) využívání zajímavých prvků (fotogalerie, videogalerie, audio, senzitivní mapy aj.)
- Prezentace propojených celků, ne pouze jednotlivostí
- Využívání přístupů mentálních map (viz např. [26])

### Zvýšení kvality WWW prezentací

Samozřejmě vzhledem k různým přístupům, podmínkám a motivaci neexistuje jednoduchý návod, jak zvýšit kvalitu WWW stránek. Navíc je nutné chápat zvyšování kvality jako proces, související s postupným vytvářením vhodných podmínek (vzdělání, nové technologie, institucionální změny, změna přístupu k podpoře cestovního ruchu, trend individuálního vyhledávání a objednávání služeb, pravidelné diskuse atd.). Níže jsou uvedeny vybrané aspekty, které by mohly pomoci k výraznému zvýšení kvality WWW prezentací:

- Konstituování destinačního managementu především pro regiony a mikroregiony
- Zapojení partnerů do vytváření a udržování WWW stránek (TIC, atraktivita, podnikatelé a místní správa a samospráva na principu PPP)
- Zavedení pravidelné aktualizace WWW stránek, spojené s používáním technologie aktivních stránek, autentizací přístupu a dálkovou správou, informováním návštěvníků o stavu aktualizace a rychlou reakcí na jejich připomínky (součást procesu komunikace)
- Koncepčnost vytváření WWW stránek (myšleno i v návaznosti na další součásti místního či regionálního IS), včetně zapojení všech zájmových skupin do procesu vzniku a provozu WWW stránek
- Diskuse o navržených doporučeních pro obsah a funkci WWW stránek (viz [4, 13, 14, 15, 16, 17]), jejich doplnění včetně tematického rozšíření, modifikace a oficiální zveřejnění. Využívání doporučení jako minimálních podmínek pro propojení odkazů na kvalitní WWW stránky (lze očekávat podobný efekt jako u norem ISO 9000+ či ISO 14000+).

- Pokračující grantová podpora pro výrazné změny při zvyšování kvality WWW prezentací (podpora pro komplexní a segmentově orientované jazykové verze, podpora pro implementaci moderních technologií, minimálním kritériem pro přidělení grantu by mohlo být naplnění doporučení)
- Soutěž o nejlepší WWW stránky s tematikou cestovního ruchu, rozlišené podle několika kategorií stránek, s jasnými a zřetelně publikovanými kritérii pro hodnocení, s odpovídající publicitou v tištěných i elektronických médiích, v televizi a rozhlasu
- Vzájemná inspirace tvůrců WWW stránek a výměna zkušeností mezi nimi (konference, semináře, články, diskusní skupiny aj.)
- Podpora vzniku kvalitních portálů, resp. větší využívání odkazů na kvalitní WWW stránky (souvisí i s úrovněmi podrobností informací v rámci koncepčního vytváření WWW informačních systémů).
- Soustavné publikování pozitivních příkladů (viz [5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12]).
- Zavedení poradenství a metodické podpory pro tvůrce WWW na úrovni regionální či celostátní (nové technologie, způsoby umístění WWW stránek, technická řešení atd.; toto poradenství bylo jedním z aspektů výběrového řízení na celostátní projekt informačního systému pro cestovní ruch).

### Závěry

Základními podmínkami zvyšování kvality WWW jsou vedle implementace nových technologií zejména institucionální podpora (včetně konstituování destinačního managementu, vypsání příslušných grantových titulů, vyhlášení doporučení pro WWW stránky), vzájemná synergie aktivit (propojování WWW, společné vytváření databází, využívání stávajících zdrojů, diskuse kvality zdrojů), systematická tvorba stránek (koncepčnost rozvoje, pravidelnost aktualizace), technologická podpora a poradenství.

### Zdroje informací

1. Zelenka J., Jonáš R.: Využití počítačů v cestovním ruchu, Grada Publishing 1998, ISBN 80-7169-414-2, 208 stran
2. Zelenka J. a kol.: Informatika v cestovním ruchu, Gaudeamus Hradec Králové 1996, 192 stran, ISBN 80-7041-649-1
3. Zelenka J.: Standardy pro informatiku v cestovním ruchu, sborník 5. mezinárodní konference „Cestovní ruch, regionální rozvoj a školství“, Tábor 2000, ISBN 80-7040-401-9, str. 271–273
4. Zelenka J.: kapitola č. 8 „Návrh hlavních zásad řešení regionálního informačního systému CR“ studie „Zpracování problematiky cestovního ruchu, obsažené v sektorovém operačním plánu (SOP) a její aplikace do regionálních operačních programů (ROP)“, kód projektu ISFRIM 83000/OCR, únor 2000
5. Zelenka J.: Prezentace východních Čech ve virtuálním prostoru, COT Business, listopad 1999, ročník 1, číslo 9, ISSN 1212-4281, str. 28, 37
6. Zelenka J.: Severozápadní Čechy virtuálně, COT business, říjen 1999, ISSN 1212-4281, str. 48-49
7. Zelenka J.: Virtuální prezentace regionů – Český sever, COT business, červenec 1999, ročník 1, číslo 6, ISSN 1212-4281, str. 16-17
8. Zelenka J.: Virtuální prezentace regionů – Vysočina, COT business, září 1999, ročník 1, číslo 7, ISSN 1212-4281, str. 48-49
9. Zelenka J.: Jižní Morava otevírá svou virtuální náruč, COT business, březen 2000, ISSN 1212-4281, str. 48–49
10. Zelenka J.: Severní Morava a Slezsko – virtuální průvodce, COT business, červen 2000, ročník 2, číslo 6, ISSN 1212-4281, str. 42–43
11. Zelenka J.: Virtuální zdroje regionu Český Ráj, COT business, duben 2000, ISSN 1212-4281, str. 29–30
12. Zelenka J.: Virtuální obraz regionu Střední Morava, COT business, únor 2000, ISSN 1212-4281, str. 28–29
13. Zelenka, J. – Chylíková, I. – Nunvář, L.: Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu. Gaudeamus Hradec Králové, 2002. 257 s. ISBN 80-7041-473-1

14. Zelenka, J.: Regionální turistický informační systém, COT business, č. 2, 2000, ISSN 1212-4281, str. 14–15, 18
15. Zelenka, J.: Standardy pro informační systémy v cestovním ruchu, COT business, roč. 2, č. 3, 2000. ISSN 1212-4281, str. 20–21
16. Zelenka, J. – Čech, P.: Regionální informační a monitorovací systém pro cestovní ruch, kapitola studie „Řízení turistické destinace a trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu“. Praha, MMR ČR 2002
17. Zelenka, J.: Koncepce regionálního informačního a monitorovacího systému pro cestovní ruch. E+M Ekonomie a management 2004, roč. 7, č. 2, str. 76–82
18. Oficiální stránky Českého Krumlova: URL = [www.ckrumlov.cz](http://www.ckrumlov.cz)
19. Portál regionálních informačních servisů: URL = <http://www.risy.cz>
20. Lužické hory: URL = <http://www.luzicke-hory.cz>
21. Český ráj: URL = <http://www.cesky-raj.cz>
22. Šumavská ubytovací kancelář: <http://www.retour.cz>
23. Travelguide.cz: URL = <http://www.travelguide.cz>
24. Marketing Tourism Destinations Online, Strategies for the Information Age, WTO 1999, ISBN 92-844-0328-6
25. CzeCOT: URL = [www.czecot.cz](http://www.czecot.cz)
26. Štyrský, J.: Mentální mapy v cestovním ruchu. COT business, únor 2005, ISSN 1212-428