

Aktualizace webových stránek obce Kobylí se zaměřením na zlepšení informovanosti obyvatelstva

Bakalářská práce

Vedoucí práce:
Ing. Jan Turčínek Ph.D.

Michaela Jirásková

Brno 2016

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu práce panu Ing. Janu Turčínkovi Ph.D. za odborné rady, připomínky a pomoc při vypracování mé bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala rodině a přátelům za jejich podporou při mém studiu.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Aktualizace webových stránek obce Kobylí se zaměřením na zlepšení informovanosti obyvatelstva**

vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmetná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 27. dubna 2016

Abstract

Jirásková, M. *Website update of village Kobylí with focusing on better awareness of population*. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2016.

The Bachelor thesis is focused on the way of providing the information by the website of village Kobylí. The main object of this thesis is to update the website and to propose a new information architecture, which will help to better awareness of population. Thesis contains analysis of current website and the requirements identification of the population in the questionnaire. The thesis also contains analysis of surrounding villages. The results are used for creating the new information architecture and total review of the website. In the end the thesis includes financial terms of these issues.

Keywords

Village, Kobylí, website, information architecture.

Abstrakt

Jirásková, M. *Aktualizace webových stránek obce Kobylí se zaměřením na zlepšení informovanosti obyvatelstva*. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2016.

Bakalářská práce je zaměřena na způsob poskytování informací webovou stránkou obce Kobylí. Cílem práce je aktualizace webových stránek a vytvoření nové informační architektury, která napomůže k lepší informovanosti obyvatel. Náplní práce je analýza současného stavu webových stránek a zjištění požadavků samotných obyvatel za pomoci dotazníku. Taktéž se práce zabývá analýzou stránek okolních obcí. Na základě zjištěných poznatků je vytvořena nová informační architektura a celková aktualizace stránek. Závěrem se práce zabývá i finanční stránkou dané problematiky.

Klíčová slova

Obec, Kobylí, webová stránka, informační architektura.

Obsah

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Úvod a cíl práce | 11 |
| 1.1 | Úvod..... | 11 |
| 1.2 | Cíl práce..... | 11 |
| 2 | Teoretická část | 13 |
| 2.1 | Charakteristika obce | 13 |
| 2.2 | Obec se samostatnou a přenesenou působností | 14 |
| 2.2.1 | Samostatná působnost..... | 14 |
| 2.2.2 | Přenesená působnost | 14 |
| 2.3 | Písemnosti obce..... | 15 |
| 2.3.1 | Úřední deska | 15 |
| 2.3.2 | Internet | 15 |
| 2.4 | Orgány obce..... | 15 |
| 2.4.1 | Zastupitelstvo obce..... | 15 |
| 2.4.2 | Rada obce | 16 |
| 2.4.3 | Starosta | 17 |
| 2.4.4 | Obecní úřad | 17 |
| 2.5 | Czech point..... | 17 |
| 2.6 | Legislativní požadavky na obecní web | 17 |
| 2.7 | Marketingový mix | 19 |
| 2.8 | Komunikační mix..... | 19 |
| 2.9 | Marketing obcí..... | 19 |
| 2.9.1 | Marketingové prostředí obce | 20 |
| 2.10 | SEO | 20 |
| 2.11 | Web design..... | 21 |
| 2.11.1 | Proces web designu..... | 22 |
| 2.11.2 | Současné trendy ve webdesignu | 23 |
| 2.11.3 | Dostupnost webu pro handicapované uživatele..... | 24 |
| 2.11.4 | Informační architektura | 24 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 3 | Metodika | 26 |
| 3.1 | Dotazníkové šetření | 26 |
| 3.2 | Současný stav webu | 27 |
| 3.3 | Analýza webových stránek okolních obcí..... | 28 |
| 3.4 | SWOT analýza | 28 |
| 3.5 | Návrhová část | 28 |
| 4 | Analytická část | 29 |
| 4.1 | Charakteristika obce Kobylí..... | 29 |
| 4.2 | Dotazníkové šetření mezi obyvateli obce Kobylí..... | 29 |
| 4.2.1 | Vyhodnocení dotazníku | 30 |
| 4.3 | Současný stav webu obce Kobylí..... | 36 |
| 4.3.1 | Původní informační architektura webových stránek obce..... | 37 |
| 4.4 | Analýza webových stránek okolních obcí..... | 39 |
| 4.4.1 | Vrbice | 39 |
| 4.4.2 | Bořetice | 40 |
| 4.4.3 | Němčičky | 41 |
| 4.4.4 | Velké Pavlovice | 42 |
| 4.5 | Shrnutí analýz..... | 43 |
| 5 | Návrhová část | 45 |
| 5.1 | Doporučení pro úpravu vzhledu stránek..... | 45 |
| 5.2 | Návrh informační architektury | 45 |
| 5.2.1 | Nová informační architektura webových stránek obce Kobylí..... | 46 |
| 5.2.2 | Aktualizace stránek | 48 |
| 5.3 | Kalkulace nabídek firem..... | 50 |
| 5.4 | Doporučení pro správu webu..... | 52 |
| 6 | Diskuze | 54 |
| 7 | Závěr | 55 |
| 8 | Literatura | 56 |
| A | Dotazník | 59 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| B | Současný vzhled webových stránek obce Kobylí | 61 |
| C | Rozklikávací rozpočet obce Kobylí | 62 |

Seznam obrázků

| | |
|---|-----------|
| Obr. 1 Pohlaví respondentů | 27 |
| Obr. 2 Ekonomická aktivita respondentů | 27 |
| Obr. 3 Geografická poloha obce Kobylí | 29 |
| Obr. 4 Zdroj informací | 30 |
| Obr. 5 Frekvence návštěvnosti stránek | 31 |
| Obr. 6 Důvod návštěvy webu | 32 |
| Obr. 7 Absence informací | 33 |
| Obr. 8 Hodnocení designu webu | 34 |
| Obr. 9 Potřeba úpravy webu | 35 |
| Obr. 10 Současný stav webu obce Kobylí | 36 |
| Obr. 11 Web obce Vrbice | 39 |
| Obr. 12 Web obce Bořetice | 40 |
| Obr. 13 Web obce Němčičky | 41 |
| Obr. 14 Web města Velké Pavlovice | 42 |
| Obr. 15 Vzhled webu obce Kobylí | 61 |
| Obr. 16 Rozklikávací rozpočet obce | 62 |

Seznam tabulek

| | |
|--|-----------|
| Tab. 1 Počet členů zastupitelstva s ohledem na počet obyvatel | 16 |
| Tab. 2 Silné a slabé stránky webu | 43 |
| Tab. 3 Příležitosti a hrozby webu | 44 |
| Tab. 4 Cenová nabídka AW-dev, v.o.s | 50 |
| Tab. 5 Cenová nabídka ANT studio s.r.o. | 51 |
| Tab. 6 Cenová nabídka Carl digital | 51 |

1 Úvod a cíl práce

1.1 Úvod

Prezentace jakékoliv organizace za pomoci webových stránek se v dnešní době stává neodmyslitelným prostředkem k představení sebe a své činnosti. Tohoto prostředku využívají čím dál více i orgány veřejné správy, ke kterým se řadí i města a obce. Díky možnosti umísťovat veškeré informace na internet dochází k lepší informovanosti občanů o aktuálním dění a také k nalákání potencionálních turistů a návštěvníků daného města či obce.

Na internetu můžeme nalézt stránky obcí a měst, které jsou vytvořeny profesionálními firmami, zabývajícími se webovou prezentací, ale taktéž nalezneme amatérsky vytvořené stránky. Hlavním cílem obou způsobů je, co nejjednodušeji a nejatraktivněji dostávat všechny potřebné informace přímo k občanům. Ať už se jedná o elektronickou úřední desku, informace o pracovnících úřadu či seznam plánovaných kulturních akcí, vždy je cílem usnadnit občanům přístup, aby jimi požadované informace mohli zjišťovat z pohodlí domova a nikoliv nutnou návštěvy samotného úřadu v době úředních hodin.

Druhým hlavním cílem stránek je prezentace obce či města okolnímu světu a tím i potencionálním turistům. Snahou je co nejsnadnější přístup k informacím o ubytování a možnostech turistiky v dané oblasti.

S rostoucím počtem uživatelů internetu, a to mezi všemi věkovými kategoriemi, se zvyšuje i potřeba orgánů veřejné správy k co nejlepší sebeprezentaci. V posledních letech se spousta internetových stránek, včetně webů orgánů veřejné správy, snaží přizpůsobovat zobrazení i pro handicapované občany. Tím jsou myšleny zejména osoby se zhoršeným viděním. I tito lidé mají stejné právo na přístup k informacím na internetu, jako kterýkoliv jiný uživatel.

Webová prezentace obce Kobylí, kterou jsem pro svou bakalářskou práci zvolila, se potýká s mnoha problémy. Nejenže svou neatraktivní prezentací nikterak nevybočuje mezi ostatními prezentacemi nejbližšího okolí, ale taktéž se netěší velké oblibě mezi obyvateli právě této obce. Již nějakou dobu, a tím jsou myšleny roky, se mluví o úpravě a aktualizaci stránek, avšak po dlouhých devět let neprošly stránky výraznou změnou.

Výsledkem této bakalářské práce má být návrh aktualizace důležitých chybějících informací a informační architektury stránek obce Kobylí, aby co nejlépe reflektovala potřeby a požadavky samotných občanů.

1.2 Cíl práce

Tato práce se zaměřuje na aktualizaci webových stránek se zaměřením na zlepšení informovanosti obyvatelstva. Cílem je, na základě zjištění potřeb samotných občanů a analýzy současného stavu stránek, navrhnout potřebné aktualizace a novou přehlednější informační architekturu. Takovéto aktualizace povedou k větší atrak-

tivitě a k snadnějšímu přístupu k informacím, jak pro samotné občany, tak i pro budoucí návštěvníky obce.

Součástí analýzy současného stavu bude rovněž analýza stránek konkurenčních sousedních obcí a také vyhodnocení finančních nabídek od firem, které se zabývají webovou prezentací obcí.

2 Teoretická část

2.1 Charakteristika obce

Obec je územní samosprávné společenství občanů, které tvoří jeden územní celek. Tento celek je vymezen určitou hranicí území a při své každodenní činnosti pečuje o rozvoj svého území, o potřeby všech svých občanů a při plnění svých úkolů zároveň chrání i veřejný zájem. (§1 a §2 zákon č.128/2000 Sb.)

Jedná se o územní společenství občanů, kteří se sami spravují a razí heslo „Svobodná obec je základem svobodného státu“. (Koudelka, 2006)

Každá obec je součástí vyššího územního samosprávného celku a tato území jsou vždy součástí právě jednoho okresu. (Zákon o obcích: komentář, 2015)

Obec vystupuje jako veřejnoprávní korporace, která má vlastní majetek. V právních vztazích vystupuje svým jménem a nese odpovědnost vyplývající z těchto vztahů. (§1 a §2 zákon č.128/2000 Sb.)

Obec je právnická osoba, která nakládá s vlastním majetkem, avšak musí dodržovat podmínky stanovené zákonem. Jakožto vlastník majetku nerealizuje svá vlastnická práva vždy přímo, ale může je svěřit právnickým osobám, jejichž zřízení je v její působnosti. (Matrasová, 2001)

Charakteristickými znaky obce jsou (Koudelka, 2007):

- *Vlastní území*
- *Obyvatelstvo obce*
- *Soustava orgánů* (jimiž jedná a uskutečňuje svou vůli)
- *Právní subjektivita* (vystupuje v právních vztazích svým jménem) a *právo tvorba* (vydávání právních předpisů)
- *Vlastní majetek a hospodaření.*

Obcemi jsou územní samosprávné celky, které měly statut obce již 12. 11. 2000, kdy nabyl účinnosti zákon o obcích č. 128/2000 Sb., a také obce nově zřízené dle tohoto zákona. Dále mohou obce vzniknout oddělením, nebo zrušením určitého vojenského újezdu. (Koudelka, 2006)

Dle současné právní úpravy lze rozlišovat tyto druhy obcí: obec základní (jinak označovaná jako vesnická obec), městys, město, statutární město a hlavní město Praha. Zákonnou podmínkou pro přiznání postavení města je pro obce při dosažení alespoň počtu 3 000 obyvatel. (Zákon o obcích: komentář, 2015)

V dnešní době je zákonnou podmínkou pro vznik nové obce zejména vlastní katastrální území a nejméně 1 000 obyvatel. Přesto i nadále na území České republiky existují obce s nižším počtem obyvatel, než je 1 000. Jsou to například Kuřimany v okrese Strakonice a Vlkov v okrese České Budějovice. (Koudelka, 2007)

Obce mohou využívat vlastní symboly, mezi které patří – znak, vlajka (neboli prapor) a razítko (neboli pečeť). V případě, že obec již nemá své vlastní historické

symbols, může jí je na základě jejího návrhu udělit předseda Poslanecké Sněmovny. (Koudelka, 2006)

Znak bývá využíván, jako označení sídla orgánů obce a to hned vedle velkého státního znaku. (Zákon o obcích: komentář, 2015)

Znakem je myšlen barevný obrazec na štítu vytvořený podle heraldických pravidel, jako stálé znamení právního statusu. Jiné než obecní orgány mohou užívat znak obce, avšak jen s jejím souhlasem, porušení tohoto pravidla se trestá pokutou. (Koudelka, 2007)

Vlajka využívá stejných barev, které byly použité ve znaku. V některých případech se na vlajku můžou vkládat heraldické znamení. Většina historických vlajek však tato znamení nevyužívá, jelikož u vlajek šlo o zjednodušení znaku za použití stejných barev. (Koudelka, 2006)

Vlajku mohou používat i neobecní subjekty a nepotřebují k tomu souhlas obce. (Koudelka, 2007)

Veškeré úmyslné poškození, zneužití či hrubé znevážení symbolů je přestupkem dle zákona o přestupcích č. 352/2001 Sb. (Zákon o obcích: komentář)

Jako razítko může obec používat znak, který je vyobrazen uprostřed a po celém obvodu je uveden název obce v českém jazyce. Razítko obce se používá s výjimkou případů, kdy zvláštní zákon stanovuje používání pouze razítka s malým státním znakem. (Koudelka, 2007)

2.2 Obec se samostatnou a přenesenou působností

2.2.1 Samostatná působnost

Do samostatné působnosti náleží veškeré záležitosti, které jsou v zájmu obce a občanů, pokud však nejsou zákonem svěřeny krajům nebo pokud nejde o přenesenou působnost nebo o působnost, která je svěřená správním úřadům na základě zvláštního zákona. (Zákon o obcích (obecní zřízení), 2008)

Do těchto záležitostí spadají zejména ty, uvedené v § 84, 86, 102 (výjimkou je vydávání nařízení obce) a dále péče o vytváření podmínek pro rozvoj sociální péče a pro uspokojování potřeb občanů. (Zákon o obcích: komentář, 2015)

2.2.2 Přenesená působnost

Státní správa, vykonávána obcí, je přenesená působnost a je určena zvláštními zákony. Při výkonu přenesené působnosti se obec řídí zejména právním řádem, ale taky usnesením vlády nebo směrnicemi správních úřadů. Obce, které vykonávají přenesenou působnost, získávají příspěvek ze státního rozpočtu na plnění úkolů, které s působností souvisí. (Koudelka, 2007)

2.3 Písemnosti obce

2.3.1 Úřední deska

Všechny obce musí mít zřízenou úřední desku, která je po 24 hodin denně veřejně přístupná. Tuto desku zřizuje obecní úřad a zpravidla bývá umístěna na budově daného úřadu. (Koudelka, 2007)

Naprosto nesprávné je umístění úřední desky přímo v prostorách obecního úřadu, kam se občané mimo úřední hodiny nedostanou. V takovémto případě, by zveřejnění např. právních předpisů mělo jen formální charakter, nikoliv charakter informační pro ty občany, kterých se takový předpis týká. (Koudelka, 2006)

Na úřední desce se zveřejňují listiny, o kterých to stanoví zákon (např. úřední hodiny obecního úřadu, elektronická adresa obecního úřadu, seznam kvalifikovaných certifikátů zaměstnanců, atd.). Písemnosti vyvěšují všechny orgány obce, ne jen obecní úřad. V současné době je povinností dle správního řádu, mít úřední desku taktéž v elektronické podobě na webových stránkách dané obce. (Koudelka, 2007)

2.3.2 Internet

Každá obec musí mít zřízenou svou webovou stránku, na které je povinna zveřejnit důvod a způsob svého založení, princip své činnosti, organizační strukturu, způsob získávání informací a podávání stížností, žádostí a návrhů. Dále musí uvádět přehled nejdůležitějších právních předpisů, výroční zprávy o své činnosti a úřední hodiny obecního úřadu a podatelny. (Koudelka, 2007)

Výroční zpráva obce za přecházející rok se zveřejňuje do 1. března a musí obsahovat výčet podaných žádostí o informace a vydaných rozhodnutí o odmítnutí žádosti, výčet podaných odvolání proti rozhodnutí, opis podstatných částí každého rozsudku soudu a také přehled veškerých výdajů, zahrnujících i náklady na vlastní zaměstnance a právní zastoupení. Dále musí být uveden výčet poskytnutých výhradních licencí a počet stížností, důvody jejich podání a stručný popis průběhu a způsobu jejich vyřízení. (§18 zákon č. 106/1999 Sb.)

2.4 Orgány obce

Každá veřejná korporace smí navenek jednat pouze prostřednictvím svých orgánů, tedy fyzických osob. Jako orgány zákon uvádí zastupitelstvo, radu, starostu, obecní úřad a zvláštní orgán obce. (Koudelka, 2006)

2.4.1 Zastupitelstvo obce

Zastupitelstvo je jediný orgán, který je zakotvený přímo v ústavě, kde je ustanoven jeho název, název členů a délka funkčního období. Je vnímáno jako hlavní orgán, který je nadřazen všem ostatním orgánům v obci. (Koudelka, 2006)

Zastupitelstvo vzniká při volbách, které se konají na základě přímého volebního práva s tajným hlasováním. (Matrasová, 2001)

Volební období jsou čtyři roky a vždy se volí pouze zastupitelstvo, jako celek. Nekonají se žádné doplňovací volby jen některého člena. Veškeré takové náklady, spojené s volbami, jsou hrazeny ze státního rozpočtu. (Koudelka, 2006)

Zastupitelstvo obce stanoví počet členů s přihlédnutím k počtu obyvatel a velikosti územního obvodu. Počet členů činí: (§ 68 zákon č.128/2000 Sb.)

| Počet obyvatel | Počet členů zastupitelstva |
|--------------------------------|----------------------------|
| Do 500 obyvatel | 5-15 členů |
| Nad 500 do 3 000 obyvatel | 7-15 členů |
| Nad 3 000 do 10 000 obyvatel | 11-25 členů |
| Nad 10 000 do 50 000 obyvatel | 15-35 členů |
| Nad 50 000 do 150 000 obyvatel | 25-45 členů |
| Nad 150 000 obyvatel | 35-55 členů |

Tab. 1 Počet členů zastupitelstva s ohledem na počet obyvatel

Zdroj: Vlastní zpracování

Člen zastupitelstva má při výkonu své pozice právo předkládat návrhy zastupitelstvu a dalším orgánům, vznášet dotazy, podněty a připomínky a požadovat od zaměstnanců obce informace ve věcech, které souvisejí s výkonem jeho funkce. (Matrasová, 2001)

Dle Koudelky (2006) má každý člen za povinnost mít aktivní účast na zasedáních zastupitelstva a snažit se vyvarovat střetům zájmů.

Zastupitelstvo rozhoduje ve věcech, které se přímo týkají obce. Například schvalují rozpočet a závěrečný účet obce, schvalují programy rozvoje územního obvodu, rozhodují o přijetí úvěru či půjček. K platnému rozhodnutí je potřeba souhlas nadpoloviční většiny všech členů zastupitelstva. (Peková, 2004)

Zastupitelstvo se schází podle potřeby a tato zasedání svolává a řídí starosta. Obecní úřad vyvěsí na úřední desce informace o místě a času připravovaného zasedání, které je veřejné pro všechny obyvatele. (Matrasová, 2001)

O průběhu zasedání se dělá zápis, který je následně uložen na obecním úřadu k nahlédnutí. (§ 95 zákon č.128/2000 Sb.)

2.4.2 Rada obce

Rada je výkonným orgánem obce za svůj výkon odpovědná zastupitelstvu. Tvoří ji starosta, místostarosta a další členové rady, kteří jsou voleni z členů zastupitelstva. Počet členů v radě je lichý a činí ji nejméně 5 a nejvýše 11 členů. (§ 99 zákon č.128/2000 Sb.)

Rada obce se schází podle svých vlastních potřeb, schůzky jsou neveřejné, avšak může k jednotlivým projednávaným bodům přizvat dalšího člena zastupitelstva nebo jiné osoby. Z celého jednání se pořizuje zápis, který je opět uložen na obecním úřadu k nahlédnutí. (Matrasová, 2001)

Rada ve své funkci zabezpečuje hospodaření obce, vydává nařízení obce, připravuje materiály pro jednání zastupitelstva obce a zabezpečuje, aby byla plněna ustanovení, vzešlá ze zasedání zastupitelstva. (Peková, 2004)

2.4.3 Starosta

Starosta zastupuje obec navenek a je volen zastupitelstvem obce z řad svých členů. Ve své funkci starosta jmenuje a odvolává tajemníka obecního úřadu. (Koudelka, 2006)

Je-li starosta nepřítomen, jeho funkci zastává místostarosta, který je zvolen stejným způsobem, jako starosta. (Peková, 2011)

2.4.4 Obecní úřad

Obecní úřad je tvořen starostou, místostarostou, tajemníkem a zaměstnanci obce, kteří jsou zařazeni do obecního úřadu. V čele obecního úřadu stojí starosta. (§ 109 zákon č.128/2000 Sb.)

Obecní úřad plní úkoly, které mu uloží zastupitelstvo a rada obce, pomáhá výborům a komisím v jejich činnosti a vykonává státní správu. (Koudelka, 2006)

Obecní úřad zřizuje úřední desku, která je umístěna na veřejně přístupném místě, zpravidla bývá na budově sídla obecního úřadu. (Matrasová, 2001)

2.5 Czech point

Czech point (Český podací ověřovací informační národní terminál) je univerzální kontaktní místo, které namísto veřejné správy poskytuje občanům řadu služeb. Mezi tyto služby patří zejména ověřené výpisy z centrálních registrů – rejstřík trestů, veřejný rejstřík nebo registr živnostenského podnikání, podávání žádostí o zřízení datových schránek, autorizovaná konverze dokumentů a další. (Czech POINT – Ministerstvo vnitra České republiky, 2015)

Cílem tohoto projektu bylo zredukovat přílišnou byrokracii, která vzniká při vztahu občan – veřejná správa. Namísto navštívení několika úřadů k zařízení jedné věci, jako tomu bylo doposud, stačí navštívit pouze jedno z míst Czech pointu. (Co je Czech POINT, 2016)

Nyní lze služby Czech pointu nalézt na více než 7 100 místech po celé České republice a u některých zastupitelských úřadů po celém světě. (Czech POINT – Ministerstvo vnitra České republiky, 2015)

2.6 Legislativní požadavky na obecní web

Vzhledem k tomu, že obec jako taková spadá pod veřejnou správu, je při tvorbě webové stránky omezena zákonem a některými legislativními požadavky.

Zveřejnění povinných informací

- *Zákon č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím,*
- *Zákon č. 365/2000 Sb. o informačních systémech veřejné správy*
- *Standard ISVS pro zveřejňování vybraných informací o veřejné správě způsobem umožňujícím dálkový přístup (ZIS, 2012)*

Obec má od roku 2002 povinnost zveřejnit na svých webových stránkách povinné informace o obci, mezi které patří například – název, organizační struktura, kontaktní údaje, bankovní spojení, rozpočet v běžném a předchozím roce. (ZIS, 2012)

Elektronická podatelna

- *Zákon č. 500/2004 Sb., správní řád*
- *Zákon č. 227/2000 Sb., 440/2004 Sb., 486/2004 Sb. o elektronickém podpisu*
- *Nariadení vlády č. 495/2004 Sb., vyhláška č. 496/2004 Sb. o elektronických podatelkách (ZIS, 2012)*

Obec má také od roku 2006 povinnost provozovat elektronickou podatelnu nebo má možnost uzavřít smlouvu s obcí s rozšířenou působností, která splnění těchto povinností zajistí. Pro zřízení elektronické podatelny je nutností udělat následující (ZIS, 2012):

1. *Zřídit email pro elektronickou podatelnu.*
2. *Zajistit elektronický podpis.*
3. *Nainstalovat daný software pro elektronickou podatelnu.*
4. *Zveřejnit emailovou adresu elektronické podatelny na webových stránkách obce a taktéž informovat o této adrese Ministerstvo informatiky.*
5. *Zajistit vyřizování podání přes elektronickou podatelnu v souladu se zákonem.*

Nedílnou součástí je také navrhnutí nových pracovních postupů pro příjem, vyřízení, archivaci a kontrolu elektronicky zpracovaných podání. (ZIS, 2012)

Elektronická úřední deska

- *Zákon č. 500/2004 Sb., správní řád*
- *Nariadení vlády č. 495/2004 Sb. (ZIS, 2012)*

Obec má od roku 2006 za povinnost provozovat elektronickou úřední desku nebo má opět možnost uzavřít smlouvu s obcí s rozšířenou působností, která zajistí splnění těchto povinností. Elektronická úřední deska obsahuje veškeré informace, jako tradiční úřední deska. (ZIS, 2012)

Přístupný web pro osoby zdravotně postižené

- *Zákon č. 365/2000 Sb. o informačních systémech veřejné správy*
- *Zákon č. 81/2006 Sb.*
- *Vyhláška č. 64/2008 Sb. o přístupnosti webových stránek veřejné správy (ZIS, 2012)*

Novela zákona č. 365/2000 Sb. zavedla od 1. 1. 2008 povinnost přizpůsobit obecní webové stránky technickým požadavkům prováděcího předpisu, která stanovila požadavky na tvorbu webových stránek tak, aby byly přístupné pro všechny uživatele internetu a pro osoby zdravotně postižené zejména. Je také nezbytné na stránkách publikovat prohlášení o souladu daného webu s těmito pravidly. (ZIS, 2012)

2.7 Marketingový mix

Marketingový mix je optimální skladba marketingových prvků, které organizace používají v marketingovém řízení k naplnění předem stanovených cílů. Jde tedy o nabídku správného produktu, na správném místě, s využitím správné ceny a se správnou komunikační podporou. (Skořepa, 2008)

V klasickém marketingu si vystačíme se čtyřmi základními prvky marketingového mixu. Jimi jsou produkt, cena, distribuce a komunikační mix. Ve chvíli, kdy se jedná o marketingový mix obce, rozšíříme tyto prvky o další tři, jimiž jsou lidé, materiální prostředí a procesy. V souvislosti s marketingovým mixem obce někdy uvažujeme i s osmým prvkem, kterým je partnerství. (Vašítková, 2011)

Optimální marketingový mix vhodně kombinuje jednotlivé prvky a současně taky reaguje na možné změny. Optimální mix totiž nemusí být vhodný v každém okamžiku, je potřeba jej neustále rozvíjet a modernizovat. (Hálek, 2008)

2.8 Komunikační mix

Obec se snaží uspokojovat potřebu veřejných služeb dosažením svých předem vytyčených cílů a o tom je potřeba komunikovat. (Vašítková, 2011)

Nástroje komunikačního mixu jsou rozděleny do čtyř kategorií a to reklama, podpora prodeje, osobní prodej a public relations. (Skořepa, 2008)

Uplatnění jednotlivých nástrojů je záležitostí marketingové strategie. Marketingová komunikace obce má nezastupitelnou roli v tom, jak dostat cílená sdělení obce do podvědomí vlastních občanů i do podvědomí všech vnějších subjektů. (Vašítková, 2011)

2.9 Marketing obcí

V marketingu jde o koncepci podnikatelské politiky, která vychází z potřeb a požadavků trhu a tudíž je i na trh zaměřena. (Skořepa, 2008)

Autor Hálek (2008) uvádí, že marketing je vnímán jako cosi nadbytečného, jakýsi postup, který má smysl pouze u velkých, stabilních a prosperujících společností. Málokdo si totiž uvědomuje, že jedním z hlavních důvodů již zmiňované stability a prosperity může být vhodně nastavený marketingový postup.

Samotná koncepce marketingu obcí chápe obec jako specifický podnik, vykazující činnost, která vytváří jak současný, tak budoucí užitek. (Vašítková, 2011)

Marketing obce nalezne uplatnění při těchto aktivitách (Hálek, 2008):

- *Služby* (ubytování, doprava, vzdělání, zdravotní péče)
- *Události* v obci (festival, koncert, sportovní akce)
- *Myšlenky* (rozvojový nebo ekologický program, humanitární podpora)
- *Okolí obce* (turistické atrakce)
- *Osoby* (volby, prezentace názorů)
- *Instituce* (dětský domov, muzeum, koupaliště)

2.9.1 Marketingové prostředí obce

Každé rozhodování a činnost organizace je ovlivněno prostředím, ve kterém působí. Tyto vlivy prostředí představují jakési síly, které mohou být částečně ovlivnitelné, nebo téměř neovlivnitelné. Marketingové prostředí jako takové může organizaci přinést nové příležitosti, které může využít ve svůj vlastní prospěch nebo naopak vytváří nová ohrožení, která mohou v případě špatných marketingových aktivit způsobit ztráty organizace. (Skořepa, 2008)

Marketingové prostředí, ve kterém obce působí, se dělí na vnější a vnitřní.

Vnější prostředí je tvořeno (Hálek, 2008):

- *Demografickým prostředím* (velikost populace a jeho sociální, příjmová, věková a vzdělanostní struktura, mobilita)
- *Ekonomickým prostředím* (hospodářská situace státu, regionu a dané obce)
- *Politicko-právním prostředím* (chování představitelů obce, které je vytyčené zákony, vyhláškami a předpisy)
- *Sociálně-kulturním prostředím* (promítá se do celkového obrazu obce a ovlivňuje její vnímaná veřejnost)
- *Přírodním prostředím*
- *Technologickým prostředím* (vnitřní a vnější informační systém, komunikační techniky k propagaci obce)

Vnitřní prostředí je definováno jako situace organizace, která je pověřena zabezpečováním správy a dalších jejích úkolů svěřených obci ze zákona. (Vašítková, 2011)

Do vnitřního prostředí můžeme mimo jiné zařadit i obecní úřad se starostou a zaměstnanci a také instituce, které jsou zřízené obcí. Tím jsou myšlené například školy, pečovatelské domy, rozhlas, odvoz komunálního odpadu. (Hálek, 2008)

2.10 SEO

SEO je zkratka z anglického pojmu Search Engine Optimization, což v českém překladu znamená optimalizace pro vyhledávače. Cílem SEO je tedy posunout dané webové stránky na vyšší a lepší pozice pro získání vyšší návštěvnosti ve vyhledávacích, jako je například Google nebo Seznam. (Domes, 2011)

U SEO se nejedná o reklamu či PR, přestože obsahuje úlohy těmto odvětvím podobné. Jde o oblast online marketingu, která se neustále a průběžně vyvíjí a drží se svého cíle – zvýšení počtu cílových návštěvníků. (Grappone, 2007)

Proces optimalizace webových stránek pro vyhledávače je dlouhodobým procesem, je vyžadována pečlivá příprava a veškeré dopady se projevují až postupně. (Kubíček, 2010)

Díky SEO lze dosáhnout jak zvýšení návštěvnosti stránek, tak analýzy návštěvníků, pomoci které získáme detailnější přehled o návštěvnících, kteří zavítají na náš web, a také lze dosáhnout posunutí úrovně webu na ještě vyšší level. (Procházka 2012)

Metod, díky kterým můžeme optimalizovat náš web je hned několik. Tyto metody se dají dělit na on-page faktory (vše co se vyskytuje na jedné unikátní stránce – nadpisy, text stránky, atd.) a off-page faktory (nejsou přímo součástí webových stránek – např. počet a kvalita zpětných odkazů). Pokud je naším cílem dosáhnout co nejlepších výsledků, je nutné se věnovat oběma těmto faktorům. Mezi již zmiňované metody patří (Procházka, 2012):

- *Optimalizace webové stránky v XHTML* – jde o on-page faktor, který je stavebním kamenem úspěšného SEO.
- *Budování zpětných odkazů* – smysl těchto odkazů je nasměrovat uživatele na konkrétní stránku. Ve zkratce jde o odkaz na naši stránku, který se objeví na nějakém jiném webu.
- *Tvorba a publikace PR článků* – při psaní PR článků a jejich umístění na některé webové portály, můžeme získat hned několik zpětných odkazů.
- *Reklamní systémy* – jsou to činnosti, které se obvykle pojí s poplatky. Patří sem Výměnné programy, Placené reklamní systémy – PPC a Internetové reklamy.
- *Budování analytického systému* – jedná se o nepřímou metodu SEO, avšak velmi důležitou. Pro takovou analýzu se využívá počítadlo návštěvnosti, statistiky poskytovatele webhostingu a externí analytický software.
- *Následná péče o web a návštěvníky* – obsah každého webu je nutné neustále a pravidelně aktualizovat. Díky pravidelné úpravě obsahu bude náš web získávat lepší a lepší pozici ve vyhledávači.
- *Využití sociálních sítí* – v dnešní době stále se zvyšující moci sociálních sítí se ignorováním této skutečnosti můžeme připravit o řádu návštěvníků. Naprosto základním krokem je zřízení své webové stránky vlastní profilovou stránku, například na Facebooku nebo Twitteru.

2.11 Web design

Web design je víceoborová činnost, která se týká plánování a tvorby webových serverů se zaměřením na uživatele. (Powell, 2004)

Webová prezentace je navržena jistou skupinou lidí a slouží k tomu, aby naplnila představy a požadavky jiné skupiny lidí, uživatelů. Před začátkem tvorby je potřeba si ujasnit jaké jsou cíle námi vytvořeného webu, poznat naše budoucí uživatele, snažit se web přizpůsobit jejich potřebám a popřemýšlet nad obsahem, což je nejtěžší a časově nejnáročnější část celého vývoje webové stránky. (Lynch, 2004)

Dva nejzásadnější pojmy webového designu jsou přístupnost a použitelnost. Přístupnost znamená, že web je neustále přístupný co nejvíce lidem a to bez ohledu na to, jakou platformu pro prohlížení používají. Nezáleží na tom, zda daný uživatel používá stolní počítač, mobilní telefon nebo čtečku obrazovky, kterou používají lidé se zrakovým postižením. Použitelnost na druhé straně je to, jak snadno se web používá, jak snadno má pochopitelnou strukturu, navigaci a obsah stránky. Snadno použitelný web je totiž základem pro spokojené zákazníky, kteří se neustále a rádi na web vrací. (Domes, 2011)

Na prvním místě u designu zaměřeného na uživatele, jsou potřeby návštěvníků. Všechno, co na webu vytvoříme, musí být bez vstupních bariér, tedy maximálně použitelné. Samotná použitelnost staví své základy na přístupnosti a tyto dva pojmy společně tvoří viditelnost. Tudíž to, co nám primárně umožňuje vidět na webu osobitý obsah a tím si také získat co největší pozornost uživatelů. (Dawson, 2012)

Web design obsahuje těchto pět hlavních aspektů (Powell, 2004):

- *Obsah* – forma a uspořádání obsahu webového serveru.
- *Vizuální prvky* – rozvržení obrazovky.
- *Technologie* – interaktivní prvky serveru, které byly vytvořeny programovací metodou.
- *Výkon* – rychlost a spolehlivost přenosu dat.
- *Účel* – záměr, s jakým byl server vytvořen.

2.11.1 Proces web designu

Vytvoření dobrého webu je velice náročné, jelikož zde existuje velký prostor pro selhání. Abychom rizika těchto selhání co nejvíce minimalizovali, musíme si vytvořit určitý postup a tvorbu webu nejdříve dobře naplánovat. (Powell, 2004)

Aby byla naše prezentace úspěšná, je potřeba nabídnout naší cílové skupině něco jedinečného, co splní jejich představy a přitom se vše musí dát jednoduše používat. (Lynch, 2004)

Při procesu plánování si musíme položit tyto otázky (Powell, 2004):

- *Jaké jsou naše cíle?* – dobrým základem každé tvorby je shrnout si dva až tři cíle. Je potřeba si utvořit konkrétní strategie, na základě kterých stránky vytvoříme.
- *Poznat naše čtenáře* – je významným krokem při plánování. Stránku musíme uzpůsobit tak, aby vyhovovala zvykům a potřebám těchto našich čtenářů.
- *Kritika návrhu* – je důležitá při tvorbě v týmu, kdy každý do procesu vnáší své nápady a strategie. Nejdůležitější je, se začít na návrh dívat pohledem uživatele.
- *Obsah* – začínáme vymýšlet ve chvíli, kdy již máme jasnou představu o návrhu stránky.

Web již máme naplánovaný a nyní přichází na řadu proces vývoje naší webové prezentace. Tento proces obsahuje šest hlavních bodů, kterými jsou (Lynch, 2004):

- *Specifikace plánování* – v této fázi se rozhoduje o obsahu prezentace, funkcích, technologiích a také o šířce informačních zdrojů, které budeme pro naplnění stránky obsahem potřebovat.
- *Informační architektura (návrh obsahu)* – zde už je potřeba si udělat jasno o obsahu a celkové struktuře naší webové prezentace.
- *Návrh designu* – je fáze, při které naše prezentace získává svůj vlastní vzhled. Vzniká jak rozvržení stránky, tak i její grafický návrh. Probíhá také psaní a schvalování všech textů, které budou na webu umístěny.
- *Budování webu* – krok, při kterém již vytvořenou šablonu plníme obsahem.
- *Marketing* – prezentace by v této části měla být součástí všech našich firemních marketingových kampaní a adresa by se měla objevovat na všech marketingových materiálech.
- *Sledování, vyhodnocování, údržba* – nejdůležitější bod ze všech výše uvedených, který zajistí dlouhodobý chod a neustálé zlepšování naší prezentace.

2.11.2 Současné trendy ve webdesignu

Autor Amden s.r.o. ve svém článku uvádí výčet pěti hlavních současných trendů ve webdesignu, které jsou dnes a do budoucna ještě dlouho budou v módě při vytváření webů. Patří sem (Trendy ve webdesignu – méně je více!, 2014):

- *Písmo v hlavní roli* – v současné době neustále se navyšující konkurence mezi organizacemi a firmami je důležité se umět jakýmkoliv způsobem odlišit, k tomu nám na webových stránkách slouží písmo a konkrétně tedy jeho typografie. Textů a obsahů na internetu nalezneme nespočet a právě proto velice záleží na našem písmu, jak vypadá.
- *Fotografie, které mluví za nás* – nejlepším způsobem jak zaujmout, je z hlavní stránky odstranit haldu textu a nahradit jej obrázkem, který promluví sám za sebe. U velmi dobře promyšleného webu si každý uživatel snadno naleznou cestu k potřebným informacím, a proto ho při prvním vstupu na stránku může přivítat fotografie na celou obrazovku.
- *Video, které nás představí téměř všemi smysly* – vzhledem ke skutečnosti, že technologické možnosti se stále posouvají dál a dál a neustále se vyvíjejí, máme možnost dovolit si na úvodní stránku našeho webu vložit video. Není nic lepšího, než sebezprezentace dané organizace pomocí poutavého a dobře zpracovaného videa.
- *Efektivní Parallax* – řeč je o efektivní grafické vychytávce, se kterou se čím dál více setkáváme. Efekt spočívá v tom, že fotografie na pozadí se posouvá pomaleji, než fotografie v popředí. Taková webová stránka pak získává jistou dávku plastičnosti a lépe dokáže uživatele vtáhnout „do děje“.
- *Minimalismus* – čím dál více začíná být oblíbené zjednodušování a odhazování přebytečných prvků přímo na webové stránce. Jedná se

například o skrytá menu, která se objeví po následném rozkliknutí. Principem je nahradit nějaký text ikonou, která přímo vybízí ke kliknutí.

2.11.3 Dostupnost webu pro handicapované uživatele

Zákony, které garantují rovný přístup k počítačovým systémům, jsou zakořeněné po celém světě a s tím souvisí i závazek myslet na ty, kteří neměli to štěstí a nemají nijak usnadněný přístup k internetu. (Nielsen, 2002)

Nejčastější problémy mají na internetu zrakově postižení, jelikož drtivá většina webových stránek je založena právě na vzhledu. Nejběžnějším poškozením zraku je neschopnost rozeznání červené barvy od zelené. Je tudíž na místě, upravit kontrast barvy popředí a pozadí a vyhnout se složitým vzorům na pozadí, které by mohly rušit text na popředí. Dále je potřeba vytvořit takové stránky, které by byly vyvážené při všech velikostech písma pro ty jedince, kteří si budou přímo ve webovém prohlížeči měnit velikost textu, aby byli schopni obsah přečíst. (Nielsen, 2002)

Pro sluchově postižené je zde možnost vytvoření přepisu mluveného slova spolu s titulky ke všem videím, které stránka obsahuje. U pohybově postižených se nedoporučuje využívat obrázkových map na webových stránkách a snadnější orientace pro ty, kteří mají potíže s rozpoznáváním, lze dosáhnout pomocí zjednodušení navigace. (Nielsen, 2002)

2.11.4 Informační architektura

Hlavním cílem informační architektury je uspořádat a zorganizovat informace na naší webové stránce tak, aby mohla být naším uživatelem využita co nejefektivněji. Přestože každého uživatele na první pohled zaujme poutavý vzhled stránky, mnohem větší vliv na to, jestli si web oblíbí a plánuje se v budoucnu vrátit, má právě organizace informací. A tím je myšleno vše od jednoduché orientace na stránce, přes pochopitelnost navigace až po logicky uspořádané informace. (Hanzalíková, 2004)

Základním stavebním kamenem při budování informační architektury je vyjít vstříc přáním a požadavkům našeho uživatele. Z toho jasně vyplývá, že jakákoliv informační architektura, která se nesoustředí na potřeby své cílové skupiny, je odkázána k selhání. (Dawson, 2012)

Kroky, které slouží k vytvoření správné funkční struktury, jsou (Hanzalíková, 2004):

- *Sbírání informací, analýza potřeb uživatele a navržení obsahu webu*
- *Rozkouskování informací pro web do logických menších bloků*
- *Seskupení tematicky podobných bloků do skupin*
- *Stanovení hierarchie důležitosti mezi jednotlivými textovými bloky*
- *Propojení bloků prostřednictvím vztahů odpovídajících této hierarchii a vytvoření informační struktury.*

Mezi nejčastější chyby při tvorbě a organizaci informací (Hanzalíková, 2004):

- *Příliš dlouhá textová informace na jedné webové stránce*
- *Nedostatečná čitelnost a skenovatelnost textu zrakem*
- *Příliš mnoho existujících kategorií a z toho plynoucí nepřehlednost informační struktury*
- *Příliš hluboká hierarchie informací*
- *Struktura informací je logická z pohledu zadavatele webu místo z pohledu uživatele*
- *Uspořádání informací nevychází vstříc potřebám uživatele a ignoruje je.*

3 Metodika

Praktická část bakalářské práce je zaměřena na analýzu současného stavu vzhledu a informační architektury webových stránek obce Kobylí a její následné vylepšení a přizpůsobení potřebám občanů obce. Práce je dělena na hlavní dva úseky – analytickou a návrhovou část.

V analytické části je nejprve stručně představena obec Kobylí, na kterou je práce zaměřena. Následuje vlastní dotazníkové šetření mezi občany obce Kobylí, které má za cíl zjistit názory a požadavky respondentů z řad obyvatel a samotný výsledek šetření dále udává směr, kterým se práce nadále ubírá.

Práce sleduje aktuální stav webových stránek a stručně je analyzuje, přičemž k tomu napomohou výsledky vytvořeného dotazníkového šetření.

Poté je vytvořena analýza webových stránek okolních obcí. Primárně je tato analýza zaměřena na sousední obce, které společně s Kobylím tvoří společenství Modré hory. Na základě tohoto porovnání je zjištěno, jaké informace nabízí tyto obce svým občanům, a je získán i přehled o atraktivitě jejich designu.

Na základě těchto analýz je vytvořena SWOT analýza, která odhalí silné a slabé stránky webu a zároveň i její hrozby a příležitosti. Díky těmto výsledkům je získán přehled o nedostatcích, které se následně v návrhové části co nejefektivněji odstraňují. Zároveň s tím se práce věnuje upevnění silných stránek a rozvinutí příležitostí, které skýtá web a obec samotná.

Návrhová část se zaměřuje na odstranění konkrétních nedostatků a na posílení silných stránek, které jsou zjištěny díky dotazníkovému šetření a na základě analýzy stránek. Následně je osloveno několik firem zabývajících se webovou prezentací a je vytvořena kalkulace nabídek a vybrána firma, která přišla s lepší finanční nabídkou pro obec. Jednou z částí je navržení nové informační architektury a celkové aktualizace, která napomůže k větší atraktivitě a přehlednosti stránek.

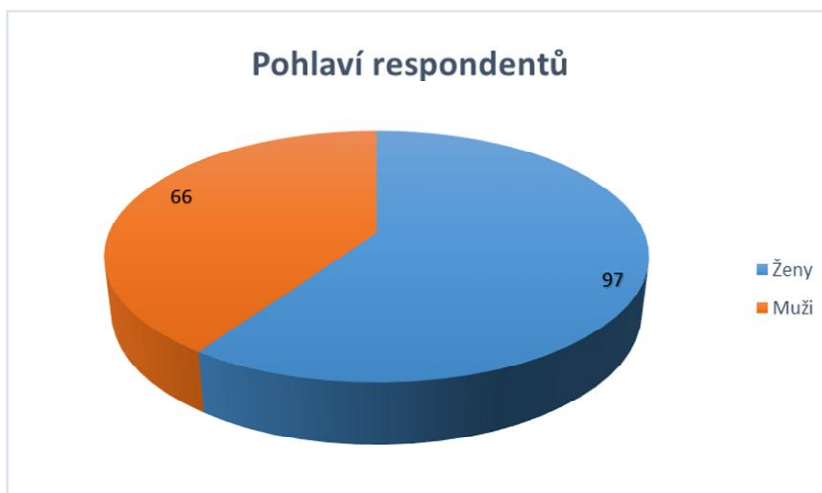
3.1 Dotazníkové šetření

Dotazník je vytvořen za použití nástroje Google Forms od firmy Google. Tento nástroj slouží k vytvoření dotazníku, k následnému sběru a analyzování nasbíraných dat. Pomocí dotazníku se mezi obyvateli obce zjišťuje, jak vnímají stránky právě oni, jaké zde shledávají nedostatky a zda by stáli o jakoukoliv změnu. Konečné výsledky v celkovém hledisku vypovídají o potřebách a požadavcích občanů a dále určují směr bakalářské práce.

Dotazník tvoří 9 otázek, přičemž 8 z nich je uzavřených a jedna otevřená a dobrovolná. Otázky se primárně ptají na názory občanů na design a na informační architekturu webu. Dotazování proběhlo ve dvou rovinách, pomocí sociální sítě Facebook a v papírové formě na základě osobního kontaktu.

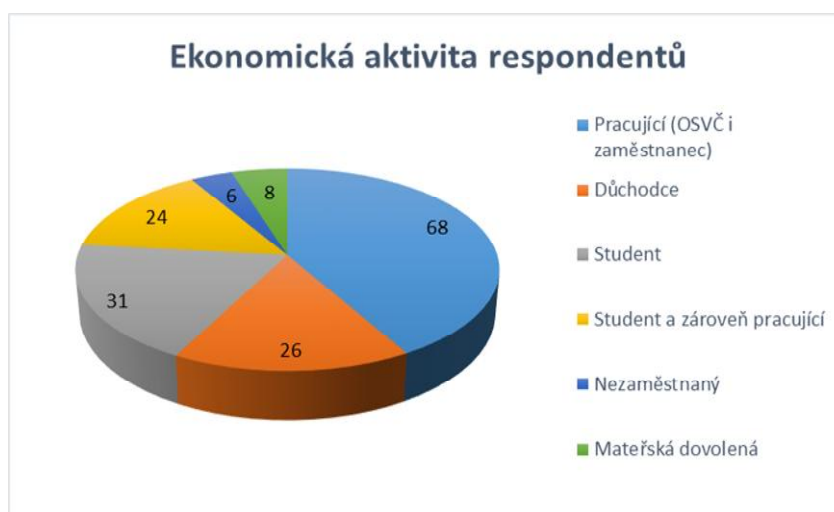
Úvodní otázky dotazníku se týkají rozdělení respondentů na základě pohlaví a ekonomické aktivity. Čísla jsou uváděna v absolutním vyjádření. Ze 163 odpovídajících jde v 97 případech o ženy a v 66 o muže. Co se týče ekonomické aktivity, tak nejvíce na dotazník reagovali pracující, kteří byli zastoupení v 68 případech.

Hojné zastoupení mají také důchodci, s počtem 26 a studenti, kteří byli rozděleni na pracující a ekonomicky neaktivní. Mezi odpovídajícími se taktéž objevilo několik nezaměstnaných a žen na mateřské dovolené.



Obr. 1 Pohlaví respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování



Obr. 2 Ekonomická aktivita respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

3.2 Současný stav webu

K analýze webových stránek je využito, jak vlastní důkladné studování stránek, tak výsledky dotazníkového šetření, které reflektují názory a představy samotných občanů. Analýza se zaměřuje zejména na design a funkčnost stránek. Výsledky napomáhají k nalezení dalších slabých stránek, které respondenti v rámci dotazníkového šetření neuvodli a také k vytvoření SWOT analýzy.

3.3 Analýza webových stránek okolních obcí

Tato část se zaměřuje na design a informační architekturu okolních obcí a tyto výsledky napomáhají k lepšímu sestavení SWOT analýzy stránek obce Kobylí. Zkoumanými obcemi jsou – Vrbice, Bořetice, Němčičky a Velké Pavlovice.

3.4 SWOT analýza

Jak bylo uvedeno výše, k vytvoření SWOT analýzy je využito výsledků dotazníku, analýzy současného stavu webových stránek a také analýzy konkurence, tedy porovnání webů sousedních obcí. Díky SWOT analýze je získán přehled o silných, slabých stránkách, příležitostech a hrozbách, které stránky skýtají. Následně se na tyto body důkladněji zaměřuje návrhová část, ve které jsou zmíněné slabé stránky odstraněny a zároveň se pracuje i se silnými stránkami a příležitostmi, díky kterým se poté web aktualizuje s cílem zvýšit atraktivitu.

3.5 Návrhová část

V poslední části praktické práce je využito všech dosavadních výsledků, které jsou v analytické části nasbírány. Je vycházeno zejména z výsledků SWOT analýzy se zaměřením na odstranění zjištěných slabých stránek. S tím souvisí i upevnění silných stránek a využití příležitostí, které obec a web mají.

Jedná se o vytvoření nové informační architektury, s přihlédnutím na požadavky a potřeby obyvatel obce. Tato nová struktura stránek má za úkol zatraktivnění stránek a hlavně zlepšení orientaci a přehlednosti webu.

Závěrečnou částí je oslovení několika firem, které se zabývají webovou prezentací a které by zároveň byli ochotné tyto stránky vytvořit a případně i v budoucnu spravovat. Jsou porovnány jejich cenové nabídky a následně je vyhodnoceno, která z firem by pro obec byla finančně nejvýhodnější. Taktéž je uvedeno několik doporučení pro správu webu, které jsou potřeba k dlouhodobé a kvalitní aktualizaci webových stránek.

4 Analytická část

4.1 Charakteristika obce Kobylí

Vinařská obec Kobylí leží v Jihomoravském kraji, asi 19 km od okresního města Břeclav a tudíž spadá i do její působnosti. V současné době zde žije přibližně 2100 obyvatel. Bohatá je zejména na vinařství, vinohradnictví, pěstování meruněk a lidové tradice. (Kordiovský, 2002)

Kobylí patří do významného projektu s názvem Modré hory, který sdružuje pět okolních vesnic – Kobylí, Vrstice, Bořetice, Němčičky a Velké Pavlovice. Modré hory mají za úkol v rámci svého území rozvíjet především vinařskou turistiku. (Modré hory, 2016)



Obr. 3 Geografická poloha obce Kobylí

Zdroj: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Kobylí>

Obec se pyšní titulem Vesnice roku 2006 Jihomoravského kraje. Díky počtu 168 hektarů registrovaných vinic a 500 vinařů se Kobylí stává čtvrtou největší obcí Velkopavlovické vinařské oblasti. (Vinařská obec Kobylí, 2007)

Současný vzhled stránek obce Kobylí (k nahlédnutí v Příloze B) byl vytvořen v roce 2007 ve spolupráci dvou občanů obce – Petra Mikulici a Lukáše Jandy. O údržbu a správu webu se stará zmiňovaný pan Lukáš Janda.

4.2 Dotazníkové šetření mezi obyvateli obce Kobylí

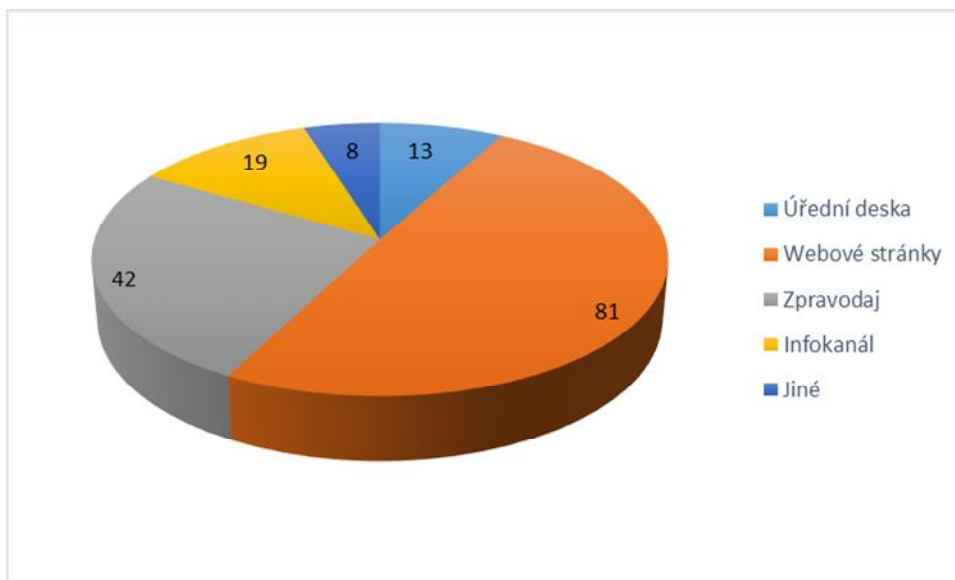
V průběhu měsíce března probíhalo mezi obyvateli obce Kobylí dotazníkové šetření. Dotazník nesl název „Průzkum spokojenosti obyvatel s webovými stránkami obce Kobylí“ a jeho cílem bylo zjistit, jak občané obce vnímají aktuální stav webu, co za informace jim chybí a jaké by zde naopak uvítali. Podoba dotazníku je k nahlédnutí v Příloze A. Pro dotazník byly použity osm uzavřených a jedna otevřená dobrovolná otázka. Obyvatelé byli oslovováni pomocí sociální sítě Facebook a také v papírové formě na základě osobního kontaktu.

Celkem na dotazník odpovědělo 163 respondentů, což v procentním vyjádření činí 7,8 % obyvatel obce Kobylí. Všechny níže uvedené tabulky s výsledky budou reflektovat absolutní četnost odpovídajících respondentů.

4.2.1 Vyhodnocení dotazníku

Odkud nejčastěji získáváte informace o naší obci?

Tato otázka měla za cíl zjistit v kolika případech, z mnou oslovených občanů, se k získávání informací využívá webových stránek a zdali má vůbec smysl ve vývoji stránek dále pokračovat a investovat do nich.



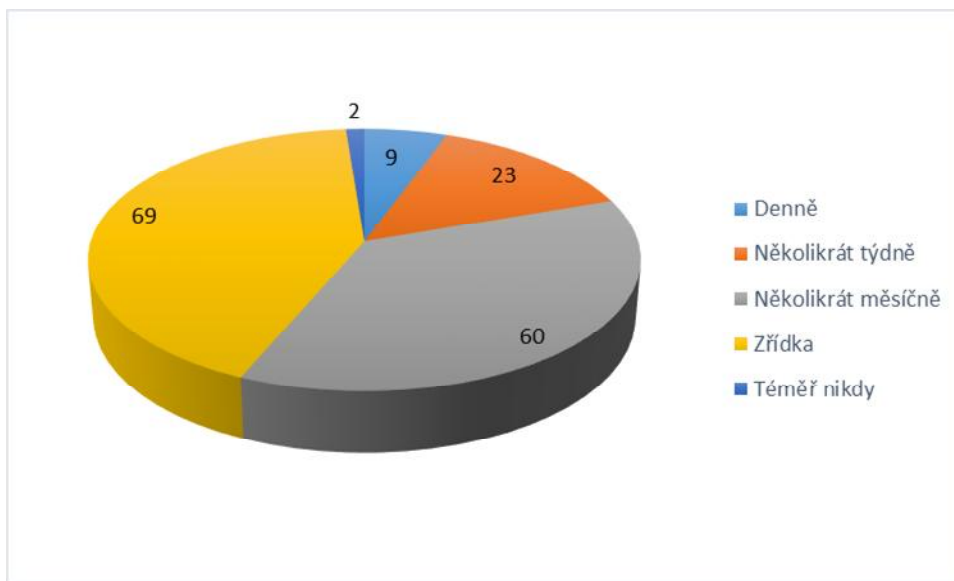
Obr. 4 Zdroj informací

Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že téměř polovina respondentů, jako zdroj informací využívá právě webové stránky, přesněji 81 z nich. Dalším hojně využívaným zdrojem je zpravodaj obce a to ve 42 případech. Zpravodaj však v této obci vychází velice nepravidelně a to pouze několikrát do roka. 19 z dotázaných využívá k informacím Infokanál obce a pouze 13 respondentů pro informace chodí na úřední desku. V případě, že dotázaní nepoužívají ani jeden z výše uvedených zdrojů, měli možnost využít možnosti „Jiné“ a jejich úkolem bylo napsat, který jiný zdroj využívají. Tuto možnost zvolilo 8 respondentů a jejich odpovědi jsou:

- 3x Facebook
- 2x Hlášení rozhlasu
- Rodiče
- Z doslechu
- Od ostatních obyvatel.

Jak často využíváte obecní stránky?



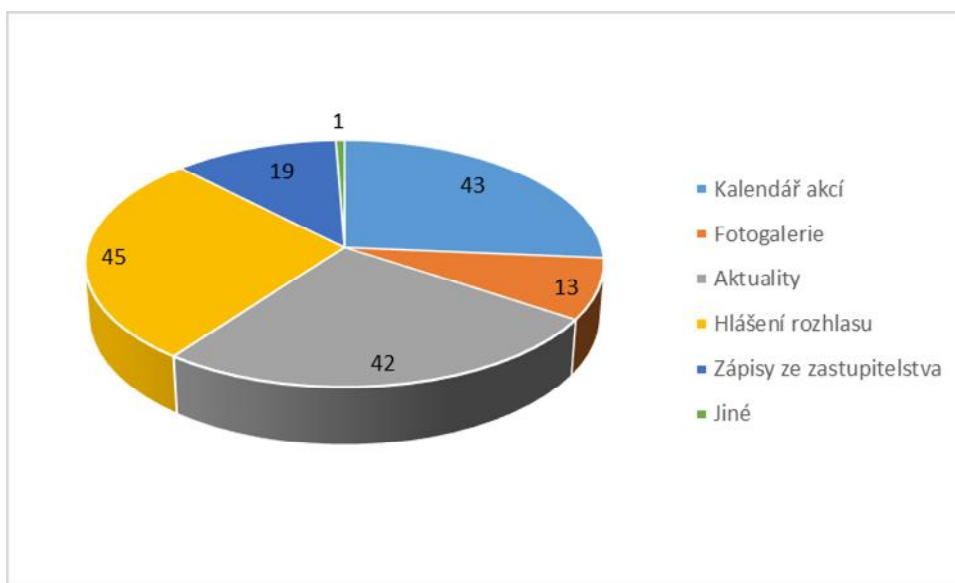
Obr. 5 Frekvence návštěvnosti stránek

Zdroj: Vlastní zpracování

Úkolem této otázky bylo zjistit, jaká je frekvence navštěvování webových stránek u dotázaných občanů. 69 z nich uvedlo, že stránky navštěvují pouze zřídka, což není optimistická vyhlídka pro obecní web, avšak správnou úpravou stránek by se tato skutečnost dala změnit. Několikrát měsíčně stránky navštěvuje 60 respondentů a několikrát týdně už jen 23. Pouze 9 dotázaných sleduje stránky pravidelně každý den a 2 uvedli, že stránky nenavštěvují téměř nikdy.

Kvůli čemu nejčastěji obecní stránky navštěvujete?

Pomocí této otázky jsem se snažila zjistit, v čem spočívají pro občany silné stránky webu a kvůli čemu se na stránky nejčastěji vrací. Jednou z nejdůležitějších věcí, na kterých je potřeba zapracovat, je právě pravidelnost návštěv stránek občany obce Kobyly. Na takto zjištěných silných stránkách by dávalo smysl dále pracovat a co neefektivněji je inovovat a přizpůsobovat potřebám občanů.



Obr. 6 Důvod návštěvy webu

Zdroj: Vlastní zpracování

Nejčastějším důvodem, pro návštěvu webu respondenty, je hlášení rozhlasu a to ve 46 případech. Z této skutečnosti soudím, že jako největší tahák pro občany by mohlo být umístění hlášení na viditelné místo a vytvořit pro něj vlastní sekci v menu. 43 respondentů navštěvuje stránky nejčastěji za účelem zhlédnutí aktuálního kalendáře akcí a dalších 42 odpovědělo, že stránky navštěvují kvůli aktualitám. Dalšími možnostmi byla návštěva z důvodu návštěvy fotogalerie v 13 případech, a vyhledání zápisů ze zastupitelstva, což dělá 19 z dotázaných. Opět byla na výběr i možnost „Jiné“. Tuto odpověď zvolil pouze jeden respondent a jeho odpověď byla „nenavštěvuji“.

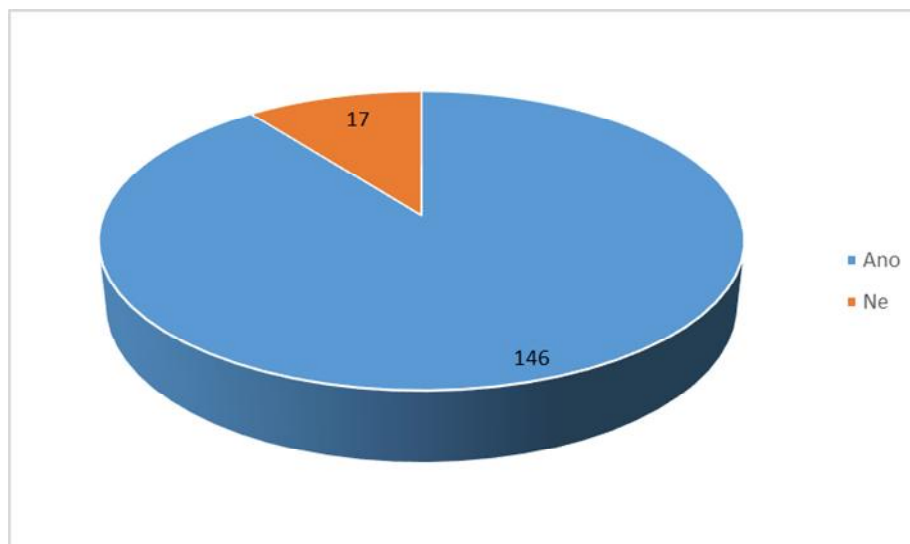
Jaké další informace Vám na stránkách chybí a uvítali byste je tam?

Tato otázka byla zvolena jako otevřená a rovněž dobrovolná. Každý z odpovídajících mohl podle svého nejlepšího uvážení odpovědět, zda je nějaká informace, která mu na stránkách chybí. Této možnosti využilo pouze 8 respondentů a zde jsou jejich odpovědi:

- Fotky členů zastupitelstva.
- Aktuální fotogalerie, kontakty na lékaře, otevírací doba obchodů.
- Lepší a atraktivnější zpracování stránek. Informace, které se tam vyskytují, by se daly daleko lépe podat. Méně textu, více fotek. Některé fotky se vůbec nenačtou.
- Seznam a kontakt na všechny podnikatele v obci.
- Rozhovory se zastupiteli.
- Podrobnější popis konaných akcí.

Z odpovědí je patrné, že obecní stránky mají slabá místa, která je potřeba odstranit, vylepšit a zejména upravit stránky tak, aby byly pro občany co nejatraktivnější a aby se na ně v pravidelném intervalu vraceli pro aktuální a jiné informace.

Stala se Vám někdy situace, že jste na stránkách hledali konkrétní informaci a nenašli ji?



Obr. 7 Absence informací

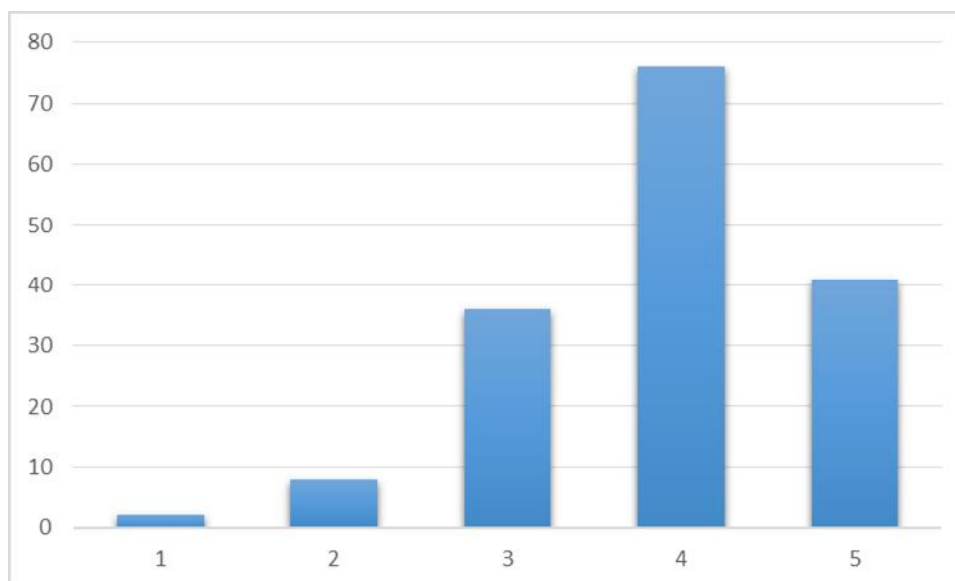
Zdroj: Vlastní zpracování

Touto otázkou jsem se snažila zjistit, zda webové stránky mají nedostatky, co se týče informační architektury. Drtivé číslo 146 mnou dotázaných občanů odpovědělo, že již v jejich případě nastala situace, kdy hledali na stránkách konkrétní informaci a bohužel ji nenalezli. Tím se potvrdilo, že stránky je potřeba upravit a co nejvíce je přizpůsobit požadavkům a potřebám občanů obce, aby k podobným událostem již v takovém měřítku nedocházelo. Na základě výsledku této otázky navrhnu novou informační architekturu, která by napomohla k lepší orientaci občanů na stránkách.

Na stupnici od 1-5 ohodnoťte současný design obecních stránek.

(Známkování, jako ve škole 1 – výborné, 5 – nedostatečné)

V této otázce měli respondenti za úkol oznámkovat současný vzhled webových stránek na stupnici od 1 do 5. Přičemž číslo 1 značí známku výborná a je to tedy nejvyšší ohodnocení, které lze stránce dát. Jejím opakem je číslo 5, které znamená známku nedostatečnou.



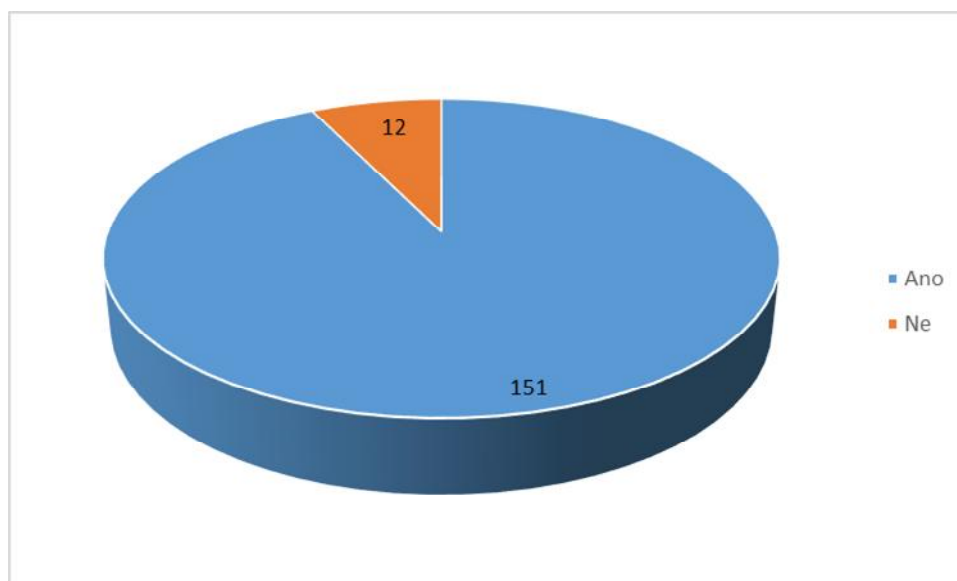
Obr. 8 Hodnocení designu webu

Zdroj: Vlastní zpracování

Drtivá většina odpovídajících dala designu webových stránek známku 3 a horší. Nejčastěji byla volena 4 a to v 76 případech. Druhou nejčastější byla známka nedostatečná a to v 41 případech. 36 respondentů dalo vzhledu stránek známku 3. Dále 8 občanů zvolilo známku 2 a pouze dva ze všech odpovídajících respondentů oznámkovali vzhled známkou výbornou. Na základě výsledků této otázky je jasné, že nejen s informační architekturou, ale taktéž s designem je potřeba něco udělat. Takto špatné hodnocení vzhledu může být důvodem, proč se občané na stránky vracejí pouze zřídka a také proč se tam tak špatně orientují. A jak bylo uvedeno u předchozí otázky, orientace a hledání informací na stránkách je pro občany obzvláště obtížné.

Myslíte si, že je potřeba současný vzhled obecních stránek upravit?

Závěrečná otázka celého dotazníku měla za úkol zjistit, zda samotní občané, kteří na dotazník odpověděli, vnímají potřebu webové stránky upravit.



Obr. 9 Potřeba úpravy webu

Zdroj: Vlastní zpracování

Výsledek této otázky dopadl jednoznačně pro změnu. 151 z celkových 163 respondentů odpovědělo, že je potřeba upravit současný vzhled webových stránek obce Kobylí. Toto číslo již samo o sobě vypovídá o tom, že je nejvyšší čas se stránkami něco udělat.

Shrnutí dotazníku

V celkovém pohledu na výsledky z dotazníku jasně vyplývá, že dotázaní občané nejsou spokojeni se vzhledem webových stránek a díky nepřehlednosti se k některým informacím ani nedostanou. V případě, že stránky navštíví i přes velké množství informací, nenaleznou co potřebují a chybí jim zde informace, které by sami uvítali.

4.3 Současný stav webu obce Kobyly



Obr. 10 Současný vzhled webu obce Kobyly

Zdroj: www.kobyly.cz

Jak bylo zmíněno dříve, současnou podobu stránek společně vytvořili v roce 2007 pánové Petr Mikulica a Lukáš Janda. Druhý uvedený, pan Janda, se stará o kompletní údržbu a aktualizaci stránek. Od této doby prošel web pouze minimálními změnami. To jediné, co se pravidelně mění, je obsah stránky a aktuality. Již několik let vedení obce mluví o „novém webu“, avšak doposud se nic neudálo a je otázka, zda se vůbec něco v nejbližší době změní. Každá webová stránka je se svým úspěchem a návštěvností odkázána na své uživatele a hlavně na jejich spokojenost. Stránky obce Kobyly se netěší velké oblibě a zájmu, což jasně vyplývá i z výsledků dotazníkového šetření, které jsem v analytické části provedla.

Vzhled

Vzhled je na první pohled neatraktivní s jednoduchými barvami (bílá, modrá, šedá) a minimem obrázků. Použité barvy zřejmě mají kontrastovat se znakem obce, který je vyobrazen v levém horním rohu. Podobu úvodní stránky lze vidět na Obr. 10. V horní části stránky, je k vidění fotografie jednoho z oblíbených míst v obci, avšak barevné ladění příliš nekoresponduje se zbytkem použitých barev. Vzhled by měl být atraktivně přizpůsoben jak občanům obce, tak i potenciálním turistům, což v tomto případě splněno opravdu není. Úvodní stránka nikterak neláká k návštěvě obce. Písmo je drobné, šedé na bílém podkladu, což může dělat problém lidem se zhoršeným zrakem a důchodcům. Sami respondenti hodnotili design webu velice podprůměrně a dominovala známka dostatečná.

Informační architektura

Hlavní menu je soustředěné v pravé části webu a při bližším prozkoumání zjistíme, že oddíly jsou chaotické a těžko v nich hledáme požadované informace. Přepis informační architektury nalezneme v následující podkapitole. V některých případech

je potřeba se několikrát „proklikat“ než nalezneme námi požadovanou informaci. Stránky budou pravděpodobně značně nepřehledné pro potenciální turisty, kteří zde velice složitě budou vyhledávat potřebné informace. Avšak i pro samotné občany je web nepřehledný, což dokázal i dotazník, ve kterém 146 ze 163 dotázaných odpovědělo, že v jejich případě již nastala situace, kdy hledali konkrétní informaci na webu, ale nenalezli ji.

Funkčnost stránek

Největší chaos je dle mého názoru aktuálně ve fotogalerii. Na první pohled se tato sekce tváří, že je bohatá a obsahuje několik stránek z mnoha a mnoha akcí, které se v Kobylí udály. Ve skutečnosti se však při rozkliknutí kterékoliv stránky galerie opakovaně otevře ta první, takže ve výsledku se na další stránky nemáme možnost ani podívat.

Velkým nedostatkem je také to, že i na této první stránce nejdou všechny fotky plně zobrazit. Důkazem toho je i jeden z respondentů, který v otevřené otázce, o chybějících informacích na webu, uvedl právě nefunkční fotogalerie.

Legislativní požadavky

Nyní se blíže podívám na zákonem stanovené požadavky, které jsem specifikovala v teoretické části v kapitole 2.6.

Nejlépe stránky obstávají u povinně zveřejňovaných informacích. Nalezneme zde všechny důležité informace, jako je organizační struktura obce, kontaktní údaje, bankovní spojení a rozpočet v běžném a předchozím roce.

O Elektronické podatelně není nikde na stránkách ani zmínka. V případě, že obec nemá zřízenou vlastní elektronickou podatelnu, má za povinnost uzavřít smlouvu s obcí s rozšířenou působností, dále o tom informovat na svých webových stránkách a následně uvést email pro danou podatelnu. Tyto informace kompletně na webu chybí.

Elektronická úřední deska je k dispozici, avšak volila bych mnohem atraktivnější zpracování než obyčejnou nepřehlednou tabulku.

Od roku 2008 mají obecní weby povinnost zpřístupnit stránky také pro zdravotně postižené osoby. V tomto stránky obce Kobylí opravdu zaostávají. Není zde možnost přepnutí stránek pro uživatele se zhoršeným zrakem, kteří mohou pro zobrazení stránek využívat jiná výstupní zařízení než je monitor.

4.3.1 Původní informační architektura webových stránek obce

Obecní úřad

- Povinně zveřejňované informace
- Úřední deska
- Rozpočet obce
- Vyhlášky a poplatky
- Veřejné zakázky
- Veřejná sbírka
- Směrnice

Samospráva obce

- Rada obce
- Zastupitelstvo obce
- Komise a výbory

O Kobylí

- Historie Kobylí
- Znak a prapor
- Mapa obce

Život v Kobylí

- Kalendář akcí
- Smuteční deska
- Knihovna
- Zpravodaj
- Muzeum
- Farnost
- Dům s pečovatelskou službou
- Technické služby

Školství

- Základní škola
- Mateřská škola

Organizace a spolky

- Vinaři z Kobylí
- Jednota orel Kobylí
- TJ Sokol Kobylí
- SDH Kobylí
- Myslivecké sdružení Kobylí
- Klub přátel historie
- Český zahrádkářský svaz
- Sdružení zdravotně postižených

Vinařství

- Historie vinařství v Kobylí
- Současné vinařství v Kobylí
- Vinařské firmy a vinaři

Turistika a ubytování

- Zajímavá místa
- Kobylské kříže a pomníčky
- Ubytování

- Spojení do Kobylic

Fotogalerie

Firmy a služby

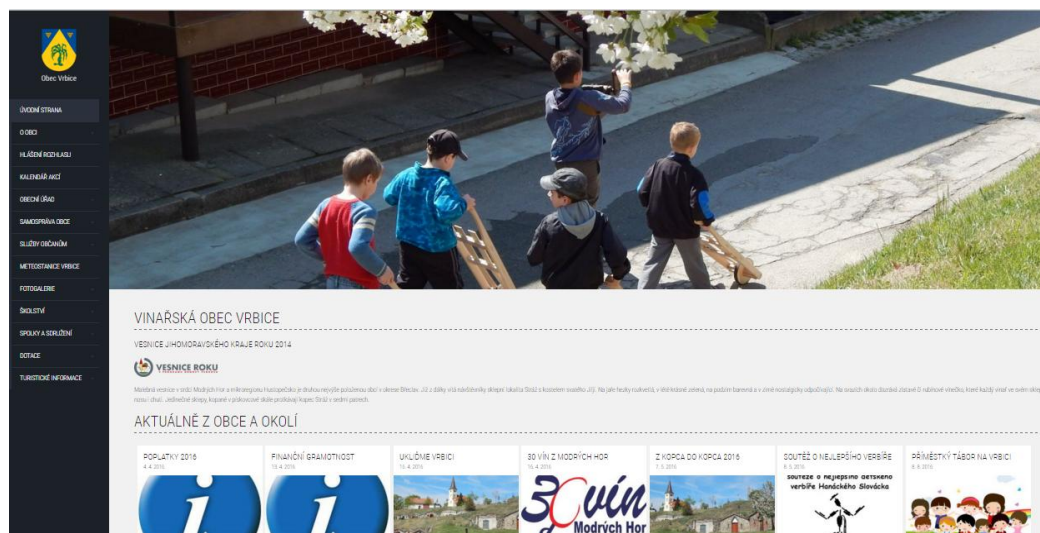
4.4 Analýza webových stránek okolních obcí

V následující části se zaměřím na analýzu webových stránek okolních obcí a pro tento účel jsem zvolila obce, které společně s Kobylicí vytvořily mikroregion Modré hory. Zaobírat se budu zejména designem stránek, informační architekturou a informacemi, které web obce Kobylicí postrádá a díky kterým zaostává za jinými weby. Zmíněný mikroregion tvoří pět obcí – Kobylicí, Vrbice, Bořetice, Němčičky a Velké Pavlovice. Toto společenství obcí, ležících v nejnižším cípu Jižní Moravy, se pyšní bohatou vinařskou kulturou a turisty lákají především na krásu vinohradů, sadů, nespočet možností cykloturistiky a zejména na kulturní a folklórní akce.

Analyzovanými obcemi budou již výše zmíněné obce:

- Vrbice – www.vrbice.cz
- Bořetice – www.boretice.cz
- Němčičky – www.nemcicky.cz
- Velké Pavlovice – www.velke-pavlovice.cz

4.4.1 Vrbice



Obr. 11 Web obce Vrbice

Zdroj: www.vrbice.cz

Webové stránky obce Vrbice jsou na první pohled velmi jednoduché. Použité barvy jsou v odstínech šedé a prezentaci vytvářela firma GRAWEB s.r.o. Na úvodní strán-

ce je ke zhlédnutí několik pravidelně měnících se fotek z dění v obci. Dále se zde nacházejí aktuality, odkaz na Czech point a mapu obce.

V levé části stránek se nachází menu. Toto menu je děleno na různé sekce a po jeho rozkliknutí se dostaneme na podoblasti té dané sekce. Menu neobsahuje příliš položek, a tudíž se v něm lehce orientuje. Ráda bych vyzdvihla například obsáhlou a plně funkční fotogalerii.

Tyto webové stránky obsahují spoustu příležitostí pro aktualizace a následné zlepšení, jak designu, tak obsahu stránek, avšak stále svou přehledností a zpracováním v kvalitě převyšují stránky obce Kobyly, které obsahují mnohem více nedostatků.

4.4.2 Bořetice

Obr. 12 Web obce Bořetice

Zdroj: www.bořetice.cz

Obec Bořetice má na první pohled je vzhled stránek jednoduchý a přehledný. Použité barvy z velké části vycházejí ze znaku obce, který je vyobrazen v levém horním rohu. Web vytvořila kreativní agentura GRAWEB s.r.o. stejně jako tomu bylo i u webu Vrbice.

Na úvodní stránce nejvíce zaujme stručný popis obce, aktuální počet obyvatel nebo například průměrný věk obyvatel v Bořeticích. Pokud si však návštěvník chce prohlédnout pouze fotky bez tohoto textu, lze jedním tlačítkem tyto zajímavé informace skrýt. V pravé části nalezneme výčet nejnovějších akcí, na které máme možnost se podívat i blíže. Dále se na hlavní stránce vyskytují aktuality, které jsou členěny do bloků a tím pádem nám dávají možnost lepší orientace mezi nimi. Nechybí zde ani odkaz na Czech Point, mapu obce a odkaz na stránku na sociální síti Facebook, která byla vytvořena právě pro obec Bořetice.

V levé části nalezneme hlavní menu, které neobsahuje příliš mnoho sekcí a tak se v něm dá velmi snadno orientovat. Při výběru dané sekce, jako tomu bylo u webu Vrbice, se nám zobrazí její podoblasti. Do této chvíle nebyla možnost se na

stránkách ztratit. Bohužel při výběru dané podoblasti, například u Fotogalerie, na nás vypadne množství textu bez jediného obrázku a jen těžce hledáme námi požadovanou galerii.

Webová prezentace obce Bořetice je hezky přehledná jak pro občany, tak pro budoucí turisty. Jedinou výtka mám k příliš velkému množství informací v různých podoblastech v menu, které dělají některé sekce značně nepřehledné.

4.4.3 Němčičky



Obr. 13 Web obce Němčičky

Zdroj: www.nemcicky.cz

Webové stránky obce Němčičky shledávám těmi nejatraktivnějšími z těchto uvedených obcí. Design webu je tvořen třemi základními barvami – modrá, šedá, bílá. Což jsou stejné barvy, jako jsou použité na stránkách Kobylí, avšak zde spolu barvy mnohem lépe korespondují a tvoří příjemný kontrast pro oči.

Nejvíce mne zaujalo záhlaví, ve kterém si můžeme vybrat ze tří sekcí – Obec Němčičky, Domovinka Němčičky a ZŠ a MŠ Němčičky. Tyto odkazy nás dále nasměrují na část webu, který už se nadále věnuje jen těmto oblastem. A opět, pokud se budeme chtít vrátit k jiné oblasti, stačí vybrat sekci v záhlaví, které zůstává po celou dobu na stejném místě.

Na hlavní stránce se zobrazují aktuality z dění v obci a hlavně důležité informace, které by žádný občan neměl přehlédnout. V pravé části pak můžeme vidět plakáty na nejaktuálnější kulturní akce konané obcí Němčičky a v jejím blízkém okolí. Po „srolování“ na konec stránky nalezneme lištu s odkazem na Czech Point, umístění obce na mapě a spousty dalších zajímavých odkazů. Vzhledem k tomu, že na stránkách není uvedena žádná firma, která by webovou prezentaci vytvořila, předpokládám, že stránky vytvořil někdo z řad obyvatel.

V levé části stránky se nachází sekce s menu, díky kterému se máme možnost dostat k námi požadovaným informacím. Toto menu se dělí na hlavní oblasti a po rozkliknutí se nám rozevřou další podoblasti. Za povšimnutí stojí Kalendář akcí,

který je rozdělen na dvě sekce – akce konané obcí a pozvánky na akce v okolí. Fotogalerie je funkční, avšak nepřiliš rozsáhlá. První album je zde z roku 2012 a každý následující rok obsahuje průměrně čtyři alba. Tohle je sekce, která by opravdu stála za aktualizaci a mohla by být zároveň i lákadlem pro turisty k navštívení konkrétních kulturních akcí.

Ve výsledku hodnotím webové stránky obce Němčičky jako velmi dobře zpracované. Samozřejmě i zde se najdou některé nedostatky a místa, na kterých by bylo potřeba zapracovat, avšak v celkovém hledisku je hodnotím jako nejlepší z webových prezentací mikroregionu Modré hory.

4.4.4 Velké Pavlovice



Obr. 14 Web města Velké Pavlovice

Zdroj: www.velke-pavlovice.cz

Velké Pavlovice se jako jediné z výše uvedených mohou pyšnit označením město. Hned na první pohled zaujme možnost volby stránek rovnou do šesti jazyků – čeština, angličtina, němčina, francouzština, ruština a polština. Žádná jiná vybraná obec nenabízí verzi stránek pro zahraniční turisty. Webové stránky vytvořila firma webProgress, s.r.o.

Celý design webu je laděn do odstínů hnědé barvy s bílým nebo černým písmem. Na úvodní stránce bych nejvíce vyzdvihla aktualizované zajímavé informace o obci, jako je například aktuální počet obyvatel, počet domů ve městě nebo například poloha obce na mapě České Republiky. Mimo jiné hlavní stránka obsahuje aktuality a kalendář stránek. Bohužel však položek v těchto dvou oddílech je přes příliš a stránka se tak hned stává nepřehlednou a značně nudnou.

Menu je soustředěno v levé části stránky a jako tomu bylo u všech obcí, rozkliknutím dané sekce se dostaneme k dalšímu podoblastem. Po bližším prozkoumání však zjistíme, že v některých případech je podoblastí až příliš

a stránka se tak stane nepřehlednou a nikterak neusnadňuje orientaci a vyhledávání informací pro občany města.

Na první pohled se zdály webové stránky dobře zpracované, ale vše se změnilo při prvním použití sekce menu. Stránky mají příliš složitě vytvořenou informační architekturu a pro návštěvníka webu jsou velmi nepřehledné.

Vyhodnocení

Závěrem analýzy čtyř obcí tvořících projekt Modrých hor a to Vrbice, Bořetice, Němčičky a Velké Pavlovice je patrné, že webové stránky obce Kobylí jsou ty nejméně atraktivně zpracované. Je zde spousta nedostatků a příležitostí k úpravám a aktualizacím. Nejatraktivnější, co do designu a přehlednosti, vycházejí obce Bořetice a Němčičky. Jediné město Velké Pavlovice však nabízí stránky k přečtení i pro zahraniční turisty a tím ostatní weby převyšuje. Na základě výsledků analýzy jsem získala větší představu o informacích, které na webu Kobylí chybí a stojí za to je na stránky umístit, aby nadále stránky neupadaly do stínu ostatních kvalitněji zpracovaných stránek.

4.5 Shrnutí analýz

Na základě výsledků dotazníkového šetření a mého důkladného zkoumání stránek, jsem vytvořila SWOT analýzu webu obce Kobylí. Tato SWOT analýza obsahuje silné a slabé stránky a zároveň příležitosti a hrozby, které nabízí jak webová stránka, tak zároveň i samotná obec.

Na základě této analýzy se již v další části práce můžu zaměřovat na konkrétní slabé stránky, co nejefektivněji se je pokusit odstranit a naopak vytvořit další silné stránky, kterými se bude webová stránka pyšnit.

| Silné stránky | Slabé stránky |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Spolupráce na projektu Modré hory | <ul style="list-style-type: none"> • Zastaralý a neatraktivní design • Nefunkční fotogalerie • Chybějící informace, které občané na webu hledají • Nemožnost přizpůsobení webu osobám se zhoršeným zrakem a seniorům • Absence možnosti výběru jazyka stránek pro zahraniční turisty • Obtížná orientace na webových stránkách • Chybějící odkaz na Czech Point |

Tab. 2 Silné a slabé stránky webu

Zdroj: Vlastní zpracování

| Příležitosti | Hrozby |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Rostoucí zájem turistů o návštěvu a pobyt v obci • Využívání sociálních sítí k propagaci obce • Titul Vesnice roku 2006 Jihomoravského kraje uváděný na webu • Poloha obce v oblíbené vinařské a cykloturistické oblasti • Kulturní a folklórní akce pořádané obcí a možnost jejich propagace na webu | <ul style="list-style-type: none"> • Atraktivně a přehledně zpracované weby okolních vesnic • Upadající zájem občanů o pravidelné navštěvování webu • Neoblíbenost webu u občanů |

Tab. 3 Příležitosti a hrozby webu

Zdroj: Vlastní zpracování

Analýza webové stránky odhalila, že stránky mají značné nedostatky co do funkčnosti, obsahu informací i z hlediska legislativních požadavků daných zákonem. Nejzásadnějšími nedostatky jsou:

- Neatraktivní vzhled
- Chaotická informační architektura
- Chybějící odkazy na externí zdroje (např. Czech Point)
- Nemožnost přizpůsobení webu pro handicapované uživatele
- Nesplnění všech legislativních požadavků (Elektronická podatelna, přizpůsobení webu pro handicapované)

Chybou je jistě i to, že od roku 2007 se na stránkách nedělali žádné komplexní aktualizace, ale pouze se přidával nový a nový obsah. Při přihlédnutí i k analýze okolních obcí, které tvoří společně s Kobylím mikroregion Modré hory, je patrné, že tyto další obce se o své stránky starají a neustále je aktualizují k co největší atraktivitě, jak pro potenciální turisty, tak samotné občany. Webové stránky obce Kobylí mezi těmito ostatními obcemi zapadají, co do informací i vzhledu webu, a to je jen dalším ze signálů, že je na místě provést po tolika letech změnu.

5 Návrhová část

Před započítím veškerých úprav si musíme stanovit, jaký je cíl našich webových stránek a kdo je cílová skupina, přesněji na koho budou následné aktualizace zaměřené.

Cílem webových stránek je zejména zlepšení informovanosti obyvatel. Dále sem zařadíme i snahu odlišit se od webů konkurence, konkrétně od webů sousedních obcí a v neposlední řadě nám jde i o zlepšení orientace a usnadnění přístupu k informacím, které se na stránkách vyskytují.

Jak už bylo několikrát avizováno, naši primární cílovou skupinou jsou samotní obyvatelé obce. Vedlejší cílovou skupinou, kterou se však nebudeme zabírat do podrobnosti, jsou turisté a handicapovaní uživatelé internetu.

5.1 Doporučení pro úpravu vzhledu stránek

Tato práce se samostatně nezabývá grafickou stránkou obecního webu. Výsledky dotazníkového šetření však ukázaly, že současný vzhled webových stránek patří mezi nejvýraznější slabé stránky webu a netěší se velké oblibě ze strany občanů obce.

Největší pozornosti, při úpravě vzhledu stránek, by se mělo věnovat zejména písmu a zvoleným barvám. Současné zvolené písmo je příliš drobné. Zvětšením a zvýrazněním nadpisů by se dosáhlo snadnějšího zobrazení stránek pro osoby starší a uživatele se zhoršeným viděním. Konkrétním úpravám, které jsou založeny i na legislativních požadavcích daných zákonem, se budu věnovat v následující kapitole. Barvy by měly být zvoleny takové, aby spolu mnohem lépe korespondovali a vytvářeli příjemný kontrast pro oči. Inspiraci lze hledat u obce Němčičky, která má barvy stránek taktéž v odstínech šedé, avšak v mnohem lepším kontrastu. Podobný kontrast barev usnadní důchodcům a zrakově postiženým zhlédnutí webu.

Nejjednodušší a pravděpodobně i nejefektivnější cestou by bylo oslovit profesionální firmy zabývající se tvorbou webových prezentací, které se ve své každodenní činnosti věnují tvorbě atraktivních a poutavých nejen obecních stránek.

5.2 Návrh informační architektury

Současná informační architektura se dá pokládat za jeden z největších nedostatků webových stránek. I díky dotazníkovému šetření bylo zjištěno, že velká část z dotazovaných obyvatel shledává stránky nepřehledné a často je pro ně i nemožné některé informace na webu nalézt. Proto jednou z nejdůležitějších částí návrhové části je vytvoření nové a přehledné informační architektury.

Při tvorbě sloužily k inspiraci současné stránky obce, aby byla zachována alespoň základní kostra informační architektury, a dále jsem vycházela z analýzy okolních obcí, které jsem se věnovala v kapitole 4.4. Primárním cílem nové infor-

mační architektury bylo zjednodušit obyvatelům přístup k požadovaným informacím a logičtější členění sekcí.

Hlavní menu bylo rozděleno do devíti hlavních kategorií, které se dále budou dělit na jednotlivé podkategorie. Členění kategorií je následující:

- Obec Kobylí
- Obecní úřad
- Hlášení rozhlasu
- Turistika
- Školství
- Organizace a spolky
- Firmy a podnikatelé
- Fotogalerie
- Kalendář akcí

První kategorie *Obec Kobylí* obsahuje základní informace o obci a její historii, dále se věnuje vinařství v obci a obsahuje také informace o různých službách, které obec svým občanům nabízí – Muzeum, Farnost, Dům s pečovatelskou službou a mnoho dalších.

Pod kategorií *Obecní úřad* můžeme nalézt například elektronickou úřední desku, informace o samosprávě, rozpočet obce nebo třeba povinně zveřejňované informace. Obecně v této sekci nalezneme veškeré úřední věci, které se obce týkají. Dále následuje kategorie *Hlášení rozhlasu*, která se již nečlení na další podkategorie a obsahuje pouze informace o aktuálním i starším hlášení rozhlasu.

Turistika je zaměřena primárně na potenciální návštěvníky obce a proto je zde možné nalézt informace o ubytování v Kobylí a možnostech výletů do blízkého okolí. Kategorie *Školství* obsahuje informace o základní a mateřské škole, které v obci můžeme nalézt.

Při výběru *Organizace a spolky* dostaneme výčet organizací, které se v obci nacházejí například ze sportovní nebo kulturní oblasti.

Firmy a podnikatelé se dále dělí na čtyři hlavní odvětví a můžeme zde nalézt informace a kontakty na veškeré podnikatele, které v obci se svou činností podnikají. Tyto informace si přes dotazník vyžádali i samotní občané. Novou informační architekturu uzavírají dvě důležité sekce a to *Fotogalerie* a *Kalendář akcí*, které budou ještě více obsahově rozšířeny a proto získaly samostatné kategorie. Mimo jiné jsou to sekce, které často vyhledávají i potenciální turisté, při výběru místa, které navštíví.

5.2.1 Nová informační architektura webových stránek obce Kobylí

Obec Kobylí

- O Kobylí
 - Historie Kobylí
 - Znak a prapor
- Vinařství

- Historie vinařství v Kobylí
- Současné vinařství v Kobylí
- Vinařské firmy a vinaři
- Muzeum
- Farnost
- Dům s pečovatelskou službou
- Technické služby
- Odpadové hospodářství
- Zpravodaj
- Mapa závad

Obecní úřad

- Úřední deska
- Elektronická podatelna
- Samospráva
 - Rada obce
 - Zastupitelstvo obce
 - Komise a výbory
- Rozpočet obce
- Vyhlášky a poplatky
- Veřejné zakázky
- Veřejná sbírka
- Povinně zveřejňované informace

Hlášení rozhlasu

Turistika

- Informace pro turisty
- Ubytování
- Tipy na výlety
- Kobylské kříže a pomníčky
- Spojení do Kobylí

Školství

- Základní škola
- Mateřská škola

Organizace a spolky

- Český zahrádkářský svaz
- Jednota Orel Kobylí
- Klub přátel historie
- Myslivecké sdružení Kobylí
- SDH Kobylí
- Sdružení zdravotně postižených

- TJ Sokol Kobylí
- Vinaři z Kobylí

Firmy a podnikatelé

- Pohostinství a ubytování
- Služby
- Vinařství
- Ostatní

Fotogalerie

Kalendář akcí

5.2.2 Aktualizace stránek

Společně s novou informační architekturou je zapotřebí aktualizovat i důležité informace, které jsou dané zákonem nebo i potřebami samotných občanů obce. Tato aktualizace byla vytvořena na základě výsledků z dotazníkového šetření mezi obyvateli obce a také z výsledků analýzy současného stavu a stavu webů okolních obcí tvořících s Kobylím mikroregion Modré hory.

Odkazy na externí zdroje

Největším nedostatkem současného stavu stránek je absence viditelných odkazů na další důležité informace nebo sekce spojené s obcí.

Jedním z těch nejdůležitějších je odkaz na Czech Point. Každá obec, která je kontaktním místem by o této skutečnosti měla dávat vědět i na svých webových stránkách. Při analýze webů okolních obcí bylo zjištěno, že tři ze čtyř zkoumaných a to jmenovitě – Vrbice, Bořetice a Němčičky, tento odkaz mají viditelně umístěný.

Dalším odkazem, který analyzované obce taktéž mají, je mapa obce. Na stránkách můžeme najít tuto mapu po bližším zkoumání hlavního menu, avšak mnohem větší smysl by bylo umístění odkazu viditelně na hlavní stránce.

Jednou z příležitostí, kterou jsem uvedla ve SWOT analýze, je využívání sociálních sítí k propagaci obce. A nejen propagace pro turisty, ale také k pravidelnému přívalu informací o dění v obci pro samotné občany. Obec již od ledna roku 2015 využívá ke své propagaci sociální síť Facebook, kde sdílí zajímavé a důležité informace o dění v obci nebo například pozvání na různé kulturní akce. Proto doporučuji, aby se na webových stránkách objevil odkaz na stránku Kobylí na této sociální síti, aby se k ní nadále mohlo dostávat stále více a více uživatelů. Jistě takový odkaz ocení i mladí turisté, kteří tuto sociální síť využívají nejčastěji.

Všechny výše vyjmenované odkazy doporučuji umístit ve formě rozklikávacího obrázku do zápatí stránky, kde budou pro uživatele viditelné při jejich jakékoliv manipulaci se stránkou.

Přizpůsobení stránek pro handicapované a zahraniční návštěvníky

Od roku 2008 mají obecní weby povinnost přizpůsobit své stránky pro handicapované uživatele internetu. To znamená vytvořit verzi stránek pro zrakově a jinak postižené občany a seniory. Na hlavní stránku musíme viditelně umístit tlačítko pro vypnutí grafiky, tedy pro otevření stránek pouze v textové verzi pro handicapované občany. Bylo by možné přidat i možnost strojového předčítání obsahu, ovšem otázka pak je, jak by toto ulehčení pro postižené uživatele vycházelo po finanční stránce.

Další verzí, kterou doporučuji přidat na úvodní stránku, je ta pro zahraniční návštěvníky. Z analýzy okolních obcí bylo zjištěno, že město Velké Pavlovice nabízí přepnutí stránek dokonce do šesti jazyků včetně češtiny. V našem případě by pro začátek stačilo vytvořit verzi pro anglicky a německy mluvící uživatele internetu. Viditelné ikony vlajek těchto zemí by byly umístěné v záhlaví stránky.

Legislativní požadavky

Jak bylo uvedeno v analýze současného stavu (kapitola 4.3), v této oblasti mají stránky obce jisté nedostatky. Je zapotřebí uvést na stránkách informaci o uzavřené smlouvě s obcí s rozšířenou působností, která bude obec Kobylí zastupovat ve věcech elektronické podatelny. Dále je potřeba vytvořit verzi zobrazení stránek pro handicapované uživatele, ale tomu jsem se již blíže věnovala v přechodí části.

Informace o rozpočtu jsou na stránkách k nalezení, avšak nikde není žádný souhrnný ucelený soubor, který by reflektoval činnost obce v posledních letech a pro všechna jednotlivá odvětví financování. Pro tento účel doporučuji umístit do sekce „Úřední deska“ odkaz na rozklikávací rozpočet obce na internetu. Tuto stránku již Kobylí zřízenou má (k nahlédnutí v Příloze C), avšak na webu o tom nijak neinformuje.

Další aktualizace

Důležitou pomůckou každé dobře vytvořené webové prezentace je vyhledávač, umístěný na hlavní stránce, který v případě, že uživatel nebude schopen nalézt jím požadované informace, bude moci tento nástroj použít a lépe se tak na webu i zorientovat. Doporučuji vyhledávač umístit na úvodní stránku k hlavnímu menu, kde bude viditelně dostupný.

Další aktualizace se z větší části týkají informací, které v dotazníkovém šetření uvedli samotní občané obce Kobylí. Jedná se o rozšíření sekce „Zastupitelstvo“. Doporučuji přidat fotky všech členů se základním popisem jejich činnosti. Do budoucna by se na stránky mohly umístit rozhovory se členy, které by občané uvítali a zároveň by dostávali větší přehled o jimi zvolených zástupcích obce.

Mimo jiné občané požadují informace, které je potřeba na stránkách aktualizovat – seznam a kontakt na všechny podnikatele v obci, otevírací doba obchodů a pošty a podrobnější popisy k chystaným akcím v obci.

5.3 Kalkulace nabídek firem

Jak vyplynulo z výsledků dotazníku mezi občany obce, je na místě změnit i současný design stránek. Ruku v ruce s obsáhlou aktualizací informací by se obec měla zaměřit i na tvorbu nové webové prezentace, která by odpovídala požadavkům samotných občanů. Současný vzhled byl vytvořen dvěma občany, avšak netěší se velké oblibě. Proto přicházím s návrhem vytvoření nové webové prezentace za pomoci profesionální firmy, která se na obecní weby specializuje.

Mým cílem bylo oslovit zejména firmy, které vytvořili webové prezentace pro sousedící obce spadající do mikroregionu Modré hory. Jmenovitě se jednalo o firmy – GRAWEB s.r.o. a webProgress s.r.o. Obou těmto firmám jsem zaslala mail, s žádostí o poskytnutí informací o cenové nabídce k tvorbě nové prezentace pro obec Kobylí. Bohužel, žádná z těchto firem mi tyto informace nechtěla poskytnout. Zaměřila jsem se proto na několik firem, které cenové nabídky uvádějí přímo na svých webových stránkách, a pokusím se porovnat alespoň tyto nabídky. Firmy byly vybrány na základě doporučení a dobrých zkušeností, které mi byly poskytnuty majitelem reklamní agentury specializující se na webové prezentace. Ceny uvedené v této kapitole jsou pouze orientační, jelikož nejde o kalkulaci pro konkrétní webovou prezentaci.

Po prozkoumání firem, jejich služeb a nabídek jsem do užšího výběru vybrala následující:

- *AW-dev, v.o.s.*
- *ANT studio s.r.o.*
- *Carl digital*

AW-dev, v.o.s.

| Obsah balíčku | Cena |
|--|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Redakční systém • Výběr z množství šablon • Libovolný počet podstránek • Až dva kontaktní formuláře • Napojení na sociální sítě • Jednoduchý slider s obrázky nebo galerie • Implementace Google Analytics • Možnost změny barevného provedení • Možnost změny fontů | Od 20 000 Kč |

Tab. 4 Cenová nabídka AW-dev, v.o.s.

Zdroj: AW-dev, v.o.s., 2016

Cenová nabídka balíčku Basic od společnosti AW-dev, v.o.s. je, jak už bylo zmíněno dříve pouze orientační. Cena může být nižší v závislosti na rozsahu webu nebo na základě poskytnutí různých slev. A v případě větších požadavků může být cena logicky i vyšší záleží už na rozsahu a požadavcích konkrétního webu. Balíček obsa-

huje základní potřebné části a v případě webové stránky obce oceníme, jako službu navíc i propojení webu na sociální síť.

ANT studio s.r.o.

| Obsah balíčku | Cena |
|--|---------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Vytvoření kompletní webové prezentace, včetně grafiky, nastavení, měření a základní přípravy, jako je návrh rozložení prvků na stránce. • Správné nastavení adres stránek, titulků a dalších, poradenství k obsahu a dalšímu rozvoji webu. • Nasazení na redakční systém, přípravu základní struktury nebo naplnění. • Testování na vybraných zařízeních v různých prohlížečích, optimalizace kódu. • Školení práce se systémem, podpora podle domluvy. • Možnost web rozšířit o libovolné množství podstránek nebo funkce jako je e-shop. • Napojení na sociální síť, volitelné formuláře nebo kalkulátory. | <p>Od 30 000 Kč</p> |

Tab. 5 Cenová nabídka ANT studio s.r.o.

Zdroj: ANTstudio, 2016

Nabídka společnosti ANT studio s.r.o., je z uvedených tou nejdražší verzí. Stejně jako předešlá nabídka, nabízí i tahle možnost napojení na sociální síť, což v dnešní době „sociálních sítí“ ocení každá firma, v našem případě obec. Zajímavou částí balíčků je i školení pro práci se systémem.

Carl digital

| Obsah balíčku | Cena |
|---|--------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Redakční systém s přehledným textovým editorem pro správy textů, obrázků nebo videí. • Originální reprezentativní vzhled připravený na míru. • Základní SEO. • Vložený a formátovaný základní obsah. | <p>8 500 – 10 000 Kč</p> |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Kontaktní formulář. • Vyhledávání na stránce. • Fotogalerie. • Plně responzivní. • Neomezené množství kategorií, položek ovládacího menu i obsahu. • Implementovány sociální sítě. • Možnost instalace doplňků. • Důkladné zaškolení v práci s redakčním systémem a následná klientská podpora. | |
|--|--|

Tab. 6 Cenová nabídka Carl digital

Zdroj: Carl, 2016

Poslední cenová nabídka od Carl digital uvádí nejnižší cenu z užšího výběru firem, zabývajících se vytvářením webové prezentace. Jako všechny výše popsané nabídky i ona obsahuje napojení na sociální sítě a také zaškolení pro práci s redakčním systémem.

Vyhodnocení

Ze tří specifikovaných cenových nabídek nejlépe, co se týče finanční stránky, vychází Carl digital. Jediná AW-dev, v.o.s. nenabízí odborné školení k danému redakčnímu systému, což je důležitý faktor vzhledem k tomu, že žádná z firem nebude nadále dělat dlouhodobou správu webových stránek a pro tyto účely bude muset být určen někdo z občanů nebo zaměstnanců obce. S největší pravděpodobností se o stránky bude nadále starat pan Janda, který tak dělal již předchozích devět let.

Přestože první uvedená nabídka na balíček Basic, neobsahuje odborné zaškolení k redakčnímu systému, doporučila bych jej jako nejlepší variantu. Co se týče finanční stránky, jedná se o „zlatou střední cestu“. Balíček kromě redakčního systému, výběru z mnoha šablon a libovolného počtu podstránek obsahuje také vytvoření galerie a implementaci Google Analytics. Poslední zmiňovanou část bychom i nadále mohli využívat k dlouhodobým aktualizacím stránek a k uzpůsobování stránek pro naše uživatele. Díky nástroji Google Analytics budeme získávat informace o návštěvnících stránky a zejména o jejich chování na webu. To nám napomůže k aktualizaci sekcí, které jsou nejčastěji používané, aby byly i nadále pro uživatele atraktivní.

5.4 Doporučení pro správu webu

Každá kvalitní obecní prezentace nestojí svým úspěchem pouze na vytvoření nového atraktivního vzhledu webových stránek. Velmi důležitou částí je i následná, dlouhodobá a pravidelná péče o obsah a celková údržba webu. V závislosti na to,

bych se ráda v této kapitole věnovala několika doporučením pro správu webu, aby obecní stránky i do budoucna plnily svůj účel a vzrostla obliba webu i mezi obyvateli obce.

Jedním z nejdůležitějších nástrojů, který doporučuji je, aby správa webu využívala Google Analytics, který slouží k analyzování uživatelů a jejich chování na webu. Tento nástroj by sám zjišťoval, z jaké lokality daný uživatel pochází a stránky by se tak dokázaly snadněji přizpůsobovat i turistům. Díky tomu by správa mohla do budoucna provádět kroky, které by web nadále aktualizovaly a přizpůsobovaly potřebám a účelům uživatelů, zejména občanů obce.

Doporučuji na webu vytvořit odkaz na krátký dotazník, ve kterém by občané mohli sami hodnotit kvalitu a vzhled stránek a zároveň by mohli uvádět, co za informace jim na stránkách dále chybí. Tím by se stránky nadále přizpůsobovaly konkrétním potřebám občanů obce.

Velkou příležitost pro obec a nalákání potenciálních turistů vidím v možnosti prezentovat obec jako turistickou lokalitu, kterou také je. V této sekci mají obecní stránky zatím velké rezervy, a proto se nabízí možnost přizpůsobení prezentace také pro turisty. Obec nenabízí jen turistické lokality k navštívení, ale i bohaté kulturní vyžití a spousty akcí spojených s pitím domácího vína. Na všechny tyto skutečnosti je možné lákat turisty a tudíž dělat obec atraktivní nejen pro své obyvatele.

Poslední doporučení směřuje k několikrát již zmiňovaným sociálním sítím. Jak už bylo jednou zmíněno, obec Kobylí má svou fanouškovskou stránku na sociální síti Facebook. O této skutečnosti bohužel neinformuje na svém obecním webu, a proto není zatím více rozšířena mezi obyvateli. Paradoxem také je, že o tuto stránku na sociální síti se správa stará mnohem lépe než o samotné webové stránky. Nalezneme zde neustále doplňované aktuální informace a fotografie z konaných nejen kulturních akcí v obci. Proto doporučuji provázání této sociální sítě s webovou stránkou, aby uváděné informace byly komplexní a nebyly nabízeny pouze úzkému okruhu obyvatel, které o fanouškovské stránce mají povědomí.

6 Diskuze

Z výsledků dotazníkového šetření mezi obyvateli obce vyplynulo, že dotázaní respondenti z většiny nejsou spokojeni s aktuální podobou webových stránek a díky nepřehlednosti a chaosu na stránkách ani nejsou motivováni navštěvovat stránky v pravidelném intervalu. O tom svědčí i otázka v dotazníku, zda se respondentům již přihodila situace, kdy na stránkách hledali požadované informace a nemohli na webu nalézt. Tato situace se přihodila 146 ze 163 odpovídajících občanů. Tak drtivé číslo mluví samo za sebe o tom, že je nejvyšší čas se stránkami něco udělat. A to primárně upravit stávající informační architekturu a nahradit jí novou a přehlednější. Už teď občany současný stav stránek od opakujících návštěv odrazuje a to pro obecní stránky opravdu nevěští nic dobrého. Pokud uživatel, při opakované návštěvě není schopen nalézt jím hledanou informaci, znamená to jen to, že jde o špatně odvedenou práci z řad vývojového týmu webové stránky.

Mohlo by se zdát, že pouhý vzorek 7,8 % z celkového počtu obyvatel obce Kobylí, kteří byli ochotni anonymně zodpovědět můj dotazník, je příliš malý a zkreslený, avšak u některých otázek v drtivé většině převládaly negativní názory. Na základě následných rozhovorů s některými obyvateli si troufám tvrdit, že tyto negativní výsledky by pouze s přibývajícími respondenty získávali na počtu a výsledek by se od aktuálního dotazníkového šetření významně nelišil.

Právě díky výsledkům dotazníkového šetření mezi obyvateli, jsem získala širší přehled o slabých stránkách webové prezentace a dále jsem nacházela inspiraci k následné návrhové části.

Na počátku celé práce byl veden rozhovor s jedním z tvůrců současné podoby stránek o tématu mé práce. V tomto případě jsem se setkala s negativním názorem. Bylo mi řečeno, že současné stránky jsou dobře a atraktivně zpracované a neobsahují žádné nedostatky. Při zpětném pohledu je na místě předložit výsledky mé bakalářské práce právě těmto tvůrcům, kteří tak aspoň získají pojem o názorech samotných občanů a možná se tak na stránky začnou dívat i z objektivního hlediska.

Při finálních úpravách na bakalářské práci opravdu došlo ke změně webových stránek, je možné že se tak stalo i v reakci na můj dotazník, který v měsíci březnu koloval mezi obyvateli obce. Profesionální firma vytvořila novou webovou prezentaci. Po bližším zkoumání však bylo zjištěno, že nové stránky jsou v mnoha případech nefunkční nebo opět chaoticky nepřehledné a opět chybí některé zásadní oblasti, které jsou dány zákonem a legislativními požadavky. Z mého pohledu byla investice do firmy, která prezentaci vytvořila, zcela zbytečná. V případě, že obec je ochotná dát finanční prostředky do vytvoření nové webové prezentace, měla by ale nejdříve zvážit, zda tyto prostředky budou vloženy do kvalitně a atraktivně vytvořené prezentace. S tímto krokem, který udělala, totiž stále stojí na stejném místě a webové stránky opět nereflktují potřeby a požadavky občanů.

7 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo navrhnout aktualizaci webové stránky obce Kobylí se zaměřením na zlepšení informovanosti obyvatelstva.

Dále byla provedena analýza současného stavu webových stránek, jejíž součástí bylo i provedení dotazníkového šetření mezi obyvateli obce, aby byly zjištěny požadavky a potřeby samotných občanů na jejich informovanost byla celá práce zaměřena. Zároveň byla vytvořena analýza konkurenčních webů, obcí spadajících společně s Kobylím do mikroregionu Modré hory. Na základě výsledků těchto aktivit bylo zjištěno, že stránky neodpovídají potřebám občanů a obsahují značné nedostatky nejen z hlediska legislativních požadavků. Konkrétně se jedná o chybějící povinné informace a pro občany špatná orientace na webu. Byly definovány silné a slabé stránky a zároveň i příležitosti a hrozby, které webové stránky skýtají.

Návrhová část se věnovala odstranění nedostatků a definovaných slabých stránek. Nejprve byl zvolen cíl webových stránek a jejich cílová skupina, na které byly další podkapitoly primárně zaměřeny, a taktéž byla vznesena doporučení pro úpravu vzhledu webových stránek.

Byla navržena nová informační architektura webových stránek, která měla za cíl usnadnit obyvatelům obce orientaci na webu, což bylo také cílem bakalářské práce. Hlavní menu bylo rozděleno do devíti hlavních sekcí, které se dále rozdělují na různé podkategorie. Tyto sekce jsou- Obec Kobylí, Obecní úřad, Hlášení rozhlasu, Turistika, Školství, Organizace a spolky, Firmy a podnikatelé, Fotogalerie a Kalendář akcí. Taktéž byla navržena aktualizace webu po informační stránce. Konkrétněji doplnění a umístění chybějících důležitých informací přímo na webové stránky obce. Podkladem k aktualizaci byly výsledky výše zmiňovaných analýz a taktéž požadavky občanů.

Závěr práce se věnoval finanční stránkou a to kalkulací cenových nabídek firm na vytvoření nové webové prezentace obce Kobylí. Oslovené firmy nebyly ochotné požadované informace poskytnout, a proto na základě doporučení byly vybrány tři firmy, které ceníky tvorby webových stránek uvádějí na svých internetových stránkách. Ze zjištěných údajů se zdála být nejvhodnější firma AW-dev v.o.s. a to zejména díky implementaci nástroje Google Analytics, díky kterému by obec dlouhodobě mohla analyzovat uživatele a jejich chování na webových stránkách. Taktéž byla uvedena doporučení pro správu webu, aby stránky byly i nadále atraktivní a aktuální pro své obyvatele.

Výsledky bakalářské práce by se mohly stát podkladem pro zástupce obce k vytvoření nové webové prezentace, která by lépe naplňovala požadavky a přání občanů obce Kobylí.

8 Literatura

- Co je Czech POINT*. Ministerstvo vnitra České republiky. [online]. © 2016 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.czechpoint.cz/web/?q=node/22>
- Czech POINT – Ministerstvo vnitra České republiky*. Ministerstvo vnitra České republiky. [online]. © 2015 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/czech-point-czech-point.aspx>
- DAWSON, Alexander. *Výjimečný webdesign: jak tvořit osobité, přitažlivé, použitelné weby*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3719-2.
- DOMES, Martin. *SEO: jednoduše*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3456-6.
- GRAPPONE, Jennifer a Gradiva COUZIN. *SEO: Search Engine Optimization : ovládněte SEO a získejte výhodu před konkurencí: optimalizujte své webové stránky pro vyhledávací servery: přiveďte na své stránky zákazníky dříve, než to udělá konkurence*. Vyd. 1. Brno: Zoner Press, 2007. ISBN 978-80-86815-85-5.
- HÁLEK, Vítězslav. *Marketing obcí*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008, 54 s. ISBN 978-80-7041-226-8.
- HANZLÍKOVÁ, Jana. *Webdesign pro úplné začátečníky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-251-0159-2.
- KORDIOVSKÝ, Emil. *Kobylí, dědina--*. Znojmo: FPO, 2002. ISBN 80-902863-7-2.
- KOUDELKA, Zdeněk. *Obecní samospráva: zákon o obcích v komentovaném znění*. Brno: Ve spolupráci s nakl. Doplněk vydalo Občanské sdružení pro region, 2006, 93 s. ISBN 80-7239-193-3.
- KOUDELKA, Zdeněk. *Samospráva*. Praha: Linde, 2007, 399 s. ISBN 978-80-7201-665-5.
- KUBÍČEK, Michal a Jan LINHART. *333 tipů a triků pro SEO: [sbírka nejlepších technik optimalizace webů pro vyhledávače]*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2468-0.
- LYNCH, Patrick J a Sarah HORTON. *Základní průvodce webdesignem: obecné principy tvorby webových stránek*. V českém jazyce vyd. 1. Brno: Zoner Press, 2004, xiv, 224 s. ISBN 80-86815-05-6.
- MATRASOVÁ, Eva a Václav ŠLAUF. *Zákon o obcích: (obecní zřízení) včetně prováděcích předpisů s komentářem*. 1. vyd. Praha: Polygon, 2001, 235 s. ISBN 80-7273-048-7.
- Modré hory*. Svazek obcí Modré hory. [online]. [2016] [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.modrehory.cz/>
- NIELSEN, Jakob. *Web.Design*. Praha: SoftPress, 2002. ISBN 80-86497-27-5.
- PEKOVÁ, Jitka. *Finance územní samosprávy: teorie a praxe v ČR*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 587 s. ISBN 978-80-7357-614-1.

- PEKOVÁ, Jitka. *Hospodaření a finance územní samosprávy*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2004, 375 s. ISBN 80-7261-086-4.
- POWELL, Thomas A. *Web design: kompletní průvodce*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004, xxviii, 818 s. ISBN 80-7226-949-6.
- PROCHÁZKA, David. *SEO: cesta k propagaci vlastního webu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4222-9.
- Propagace a výroba webových stránek, e-shopů*. ANTstudio. [online]. [2016] [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.antstudio.cz/>
- SKOŘEPA, Ladislav, Jiří JEŽEK a Renáta JEŽKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008, 165 s. ISBN 978-80-86708-55-3.
- Trendy ve webdesignu – méně je více!*. Amden s.r.o.. [online]. © 2014 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.amden.cz/blog/trendy-ve-webdesignu-mene-je-vice/>
- Tvorba webových stránek*. AW-Dev, v.o.s.. [online]. © 2016 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.aw-dev.cz/>
- Úvod – Carl.cz. Carl – tvořím weby a přivádím na ně ty správné návštěvníky*. [online]. © 2011 – 2016 [cit. 2016-04-19]. Dostupné z: <http://www.carl.cz/>
- VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing obcí*. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2011, 160 s. ISBN 978-80-7248-695-3.
- Vinařská obec Kobylí*. Oficiální internetové stránky vinařské obce Kobylí. [online]. © 2007 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <http://www.kobyli.cz/>
- Zákon č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím - Aktuální znění*. Portál veřejné správy [online]. 1999 [cit. 2015-12-17]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=47807&nr=106~2F1999&rpp=15#local-content>.
- Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení) - Aktuální znění*. Portál veřejné správy [online]. 2000 [cit. 2015-12-17]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonInfo.jsp?idBiblio=49296&nr=128~2F2000&rpp=15#local-content>.
- Zákon o obcích (obecní zřízení): komentář*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2008. ISBN 978-80-7179-597-1.
- Zákon o obcích: komentář*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer, 2015, xxi, 319 s. ISBN 978-80-7478-758-4.
- ZIS – poradenství pro tvorbu profesionálního webu*. ZIS – Zákaznický informační servis. [online]. © 2012 [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://zis.antee.cz/index.php?nid=7515&lid=cs&oid=1312519/>

Přílohy

A Dotazník

Průzkum spokojenosti obyvatel s webovými stránkami obce Kobylí

Dobrý den,

jmenuji se Michaela Jirásková a studuji Provozně ekonomickou fakultu obor Veřejná správa. V rámci své bakalářské práce se věnuji aktualizaci webových stránek obce Kobylí se zaměřením na zlepšení informovanosti obyvatelstva.

Prosím věnujte mi minutu Vašeho času a pomozte mi tak s mou prací. Dotazník je zcela anonymní.

Děkuji za každou odpověď.

Jirásková Michaela

1. Vaše pohlaví?
 - Muž
 - Žena

2. Jaká je Vaše ekonomická aktivita? (Vyberte pouze jednu z následujících možností)
 - Pracující (OSVČ i zaměstnanec)
 - Důchodce
 - Student
 - Student a zároveň pracující
 - Nezaměstnaný
 - Mateřská dovolená

3. Odkud nejčastěji získáváte informace o naší obci? (Vyberte pouze jednu z následujících možností)
 - Úřední deska
 - Webové stránky
 - Zpravodaj
 - Infokanál
 - Jiné (Uved'te)

4. Jak často využíváte obecní stránky? (Vyberte pouze jednu z následujících možností)
 - Denně
 - Několikrát týdně
 - Několikrát měsíčně
 - Zřídka
 - Téměř nikdy

-
5. Kvůli čemu nejčastěji obecní stránky navštěvujete? (Vyberte pouze jednu z následujících možností)
- Kalendář akcí
 - Fotogalerie
 - Aktuality
 - Hlášení rozhlasu
 - Zápisy za zastupitelstva
 - Jiné (Uveďte)
6. Jaké další informace Vám na stránkách chybí a uvítali byste je tam? (Otázka je dobrovolná)
-

7. Stala se Vám někdy situace, že jste na stránkách hledali konkrétní informaci a nenašli je?
- Ano
 - Ne
8. Na stupnici od 1-5 ohodnoťte současný design obecních stránek. (Známkování, jako ve škole 1 - výborné, 5 - nedostatečné)
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
9. Myslíte si, že je potřeba současný vzhled obecních stránek upravit?
- Ano
 - Ne

B Současný vzhled webových stránek obce Kobyli

VINAŘSKÁ
OBEC KOBYLÍ
VESNICE
ROKU 2006
JIHOMOR.
KRAJE

KOBYLÍ

Hlavní menu
Aktuality
Obecní úřad
Samospráva obce
O Kobyli
Život v Kobyli
Školství
Organizace a spolky
Vinařství
Turistika a ubytování
Fotogalerie
Odkazy
Firmy a služby
Hlášení poruch

Obec Kobyli Vás občasně zve na tradiční

Svěcení vína

**v neděli 27.12.2015
od 19.00 hodin
v místní sokolovně**

Vinařství není
jen
v programu různých
Mediů a Internetu
a online stránek

Akce v prosinci a lednu

- 23.12. Svaz popelnic
- 26.12. Měsítníká zábava
- 27.12. Svěcení vína
- 31.12. "Měsítníká" Silvestr 2015
 - 9.1. Myslivceví ples
 - 10.1. Benešičtí kolodovám
 - 14.1. Svaz popelnic a trusného odpadu
 - 15.1. Služba domů pánů - divadlo Haná v Vyškově
 - 23.1. Sokolový ples
 - 30.1. Havelčský ples

** | 1-10 | 11-20 | 21-30 | 31-40 | 41-50 | 51-52 | » | **

Kobyli v televizi

Kobyli se již tuto sobotu, 26. prosince 2015, představí v pořadu české televize Polkloronka s tradiční „měsítní kotáča“. Nezapomínejte se proto naladit v 9.05 hod. program ČT2. Svátečně laděný díl byl všeobecně oblíben. [Zobrazit celou novinku](#)
2015-12-22 14:29:34

Hlášení místního rozhlasu

Hlášení OBECNÍHO ÚŘADU středa 30.12.2015 1. Obecní úřad Kobyli má ve čtvrtek (31.12.) otevřeno jen do 11.00 hod. 2. 8m [Zobrazit celou novinku](#)
2015-12-11 12:37:35

Svolání jednání OZ

Svolání jednání OZ dne 15.12.2015 [Zobrazit celou novinku](#)
2015-12-07 13:22:59

Základní škola - nabídka volných pracovních míst

Základní škola Kobyli hledá vychovatelku školní družiny, vedoucí kuchářku nebo kuchářku do školní jídelny. Bližší informace na webu školy (www.zskobyli.cz) nebo u ředitelky školy (776 203 505) [Zobrazit celou novinku](#)
2015-11-23 09:15:12

Hlášení místního rozhlasu

Hlášení OBECNÍHO ÚŘADU čtvrtek 10.12.2015 Potraviny Otáhalovi prodává již nově CD Láčáranky... Jaroslav Prokeš z Příbrně bude prodávat v pátek (11.12) v 10.00 hod. [Zobrazit celou novinku](#)
2015-11-02 12:11:05

Modré hory pomáhají Sabince

Modré hory pomáhají Sabince... [Zobrazit celou novinku](#)
2015-10-30 11:50:18

Kurz společenského tance

Kurz společenského tance pro páry probíhá každou středu v 19.30 hodin v sokolovně v Kobyli. Noví zájemci jsou srdečně vítáni! Bude se tanět i o svátku 28. října 2015. Společenský oděv, taneční boty [Zobrazit celou novinku](#)
2015-10-16 15:01:08

Svolání jednání OZ

Svolání jednání OZ dne 20.10.2015

Obr. 15 Vzhled webu obce Kobyli

Zdroj: www.kobyli.cz

C Rozklikávací rozpočet obce Kobyli



Obr. 16 Rozklikávací rozpočet obce

Zdroj: <http://monitor.statnipokladna.cz/2015/obce/detail/00283266>