

# Web pre podporu cestovného ruchu v regióne Komárno

Bakalárska práca

Vedúci práce:

Ing. Petra Čačková, Ph.D.

Bianka Szoboszlai

Brno 2015



S týmto spôsobom by som chcela poďakovať Ing. Petre Čačkovej, Ph.D., za odborné vedenie, cenné rady a drahocenný čas, ktoré mi počas spracovania práce poskytla. Ďalej by som sa chcela tiež poďakovať rodine za podporu pri štúdiu.



## Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že som prácu: **Web pre podporu cestovného ruchu v regióne Komařno**

vypracoval/a samostatne a všetky použité zdroje a informácie uvádzam v zozname použitej literatúry. Súhlasím, aby moja práca bola zverejnená v súlade § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách v znení neskorších predpisov a v súlade s platnou Směrnici o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací.

Som si vedomý/a, že sa na moju prácu vzťahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzatvorenie licenčnej zmluvy a použitie tejto práce ako školského diela podľa § 60 odst. 1 autorského zákona.

Ďalej sa zaväzujem, že pred spísaním licenčnej zmluvy o použití diela inou osobou (subjektom) si vyžiadam písomné stanovisko univerzity, že predmetná licenčná zmluva nie je v rozpore s oprávnenými záujmami univerzity a zaväzujem sa uhradiť prípadný príspevok na úhradu nákladov spojených so vznikom diela, a to až do ich skutočnej výšky.

V Brne dňa 22. mája 2015

---

## **Abstract**

Szoboszlai, B. Website to promote tourism in the region Komárno. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2015.

The bachelor thesis is focused on the promotion of the region Komárno through a website. The aim of this work is to propose a basic website, which leads to an increase visit in the region. To obtain evidence of a successful website for tourism I analyze the current situation and evaluate existing portals. Finally, I evaluate the benefits of this work.

## **Keywords**

Tourism, region Komárno, promotion, tourism portal, website

## **Abstrakt**

Szoboszlai, B. Web pre podporu cestovného ruchu v regióne Komárno. Bakalárska práca. Brno: Mendelova univerzita v Brne, 2015.

Bakalárska práca je zameraná na propagáciu regiónu Komárno pomocou webovej stránky. Cieľom práce je navrhnúť základ webovej stránky, ktorá vedie k zvýšeniu návštevnosti tohto regiónu. Pre získanie podkladov o úspešnej stránke cestovného ruchu analyzujem súčasný stav a hodnotím už existujúce portály. Nakoniec zhodnotím prínos tejto práce.

## **Kľúčové slová**

Cestovný ruch, región Komárno, propagácia, turistický portál, webová stránka

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod a cieľ práce</b>	<b>11</b>
1.1	Úvod.....	11
1.2	Cieľ práce.....	12
<b>2</b>	<b>Teoretická časť</b>	<b>13</b>
2.1	Cestovný ruch .....	13
2.2	Región .....	14
2.3	Destinácia cestovného ruchu.....	14
2.4	Trh cestovného ruchu.....	14
2.5	Marketingový mix cestovného ruchu .....	15
2.5.1	Produkt (Product).....	15
2.5.2	Cena (Price) .....	15
2.5.3	Miesto – distribúcia (Place).....	16
2.5.4	Marketingová komunikácia.....	16
2.5.5	Ľudia (People) .....	16
2.5.6	Spolupráca (Partnership) .....	16
2.5.7	Tvorba balíkov (Packaging) .....	16
2.5.8	Programová špecifikácia služieb (Programming) .....	17
2.6	Informačné technológie .....	17
2.6.1	Internet .....	17
2.6.2	WWW .....	17
2.6.3	Webové stránky .....	18
2.6.4	Protokol HTTP .....	18
2.6.5	HTML.....	19
2.6.6	CSS.....	19
2.7	SEO – optimalizácia stránok.....	19
2.8	Internetový marketing .....	19
2.9	Turistické informačné centrá – TIC.....	20
<b>3</b>	<b>Metodika</b>	<b>21</b>

---

<b>4</b>	<b>Vlastná práca</b>	<b>22</b>
4.1	Okres Komárno .....	22
4.2	Situačná analýza regiónu.....	24
4.2.1	Lokalizačné faktory .....	24
4.2.2	Realizačné faktory.....	24
4.2.3	Selektívne faktory .....	25
4.3	Súčasný stav riešenej problematiky .....	25
4.3.1	www.komarno.sk .....	26
4.3.2	www.ahojkomarno.sk .....	27
4.3.3	www.infokomarno.sk .....	28
4.3.4	www.komarnodnes.sk .....	30
4.3.5	www.kolarovo.sk.....	31
4.4	Webové stránky iných regiónov.....	32
4.4.1	Jižní Morava.....	32
4.4.2	Střední Morava.....	33
4.4.3	Región Košice.....	34
4.4.4	Región Liptov.....	35
4.5	Vyhodnotenie dotazníkov .....	36
4.6	Návrh.....	41
<b>5</b>	<b>Diskusia</b>	<b>45</b>
<b>6</b>	<b>Záver</b>	<b>46</b>
<b>7</b>	<b>Literatúra</b>	<b>47</b>
<b>A</b>	<b>Dotazník</b>	<b>50</b>
<b>B</b>	<b>Vlastná webová stránka</b>	<b>53</b>



## Zoznam obrázkov

<b>Obr. 1 Okres Komárno</b>	<b>22</b>
<b>Obr. 2 Erb mesta Komárna</b>	<b>23</b>
<b>Obr. 3 Oficiálna stránka Komárna</b>	<b>26</b>
<b>Obr. 4 Chyba na stránke Komárna</b>	<b>26</b>
<b>Obr. 5 Ahoj Komárno</b>	<b>27</b>
<b>Obr. 6 Informačný portál Komárna</b>	<b>28</b>
<b>Obr. 7 Chybná strana na portálu</b>	<b>29</b>
<b>Obr. 8 Komárno Dnes</b>	<b>30</b>
<b>Obr. 9 Oficiálna stránka mesta Kolárovo</b>	<b>31</b>
<b>Obr. 10 Portál Jižní Morava</b>	<b>32</b>
<b>Obr. 11 Portál Střední Morava</b>	<b>33</b>
<b>Obr. 12 Región Košice</b>	<b>34</b>
<b>Obr. 13 Portál regiónu Liptov</b>	<b>35</b>
<b>Obr. 14 Rozdelenie respondentov podľa pohlavia</b>	<b>36</b>
<b>Obr. 15 Rozdelenie respondentov podľa vekovej kategórie</b>	<b>36</b>
<b>Obr. 16 Rozdelenie respondentov podľa vzdelania</b>	<b>37</b>
<b>Obr. 17 Rozdelenie respondentov podľa stavu v spoločnosti</b>	<b>37</b>
<b>Obr. 18 Rozdelenie respondentov podľa miesta bydliska</b>	<b>38</b>
<b>Obr. 19 Nástroj spotrebiteľov vyhľadávania informácií v cestovnom ruchu</b>	<b>38</b>
<b>Obr. 20 Spokojnosť respondentov s oficiálnou stránkou Komárna</b>	<b>39</b>
<b>Obr. 21 Je podľa Vás stránka vhodná, aby prilákala turistov?</b>	<b>39</b>
<b>Obr. 22 Použitelnosť stránok Komárna</b>	<b>40</b>
<b>Obr. 23 Podľa Vás by bolo dobré vytvoriť novú stránku pre turistov?</b>	<b>40</b>
<b>Obr. 24 Najzaujímavejšie pozoruhodnosti v regióne</b>	<b>41</b>
<b>Obr. 25 Záhlavie strany</b>	<b>44</b>
<b>Obr. 26 Domovská strana</b>	<b>44</b>
<b>Obr. 27 Strana kultúry a zábavy</b>	<b>53</b>
<b>Obr. 28 Dolná časť</b>	<b>53</b>
<b>Obr. 29 Zoznam a mapa reštaurácií</b>	<b>54</b>
<b>Obr. 30 Fotogaléria</b>	<b>54</b>

## Zoznam tabuliek

<b>Tab. 1 Počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v okrese Komárno v období 2007-2011</b>	<b>23</b>
<b>Tab. 2 Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v okrese Komárno v období 2007-2011</b>	<b>24</b>
<b>Tab. 3 Kategórie v štruktúre webovej stránky</b>	<b>43</b>

# 1 Úvod a cieľ práce

## 1.1 Úvod

Cestovný ruch je jeden z historicky najstarších druhu odvetví. V počiatku ľudia cestovali za lepšími životnými podmienkami (klíma, potravy), až postupne s zvýšením hodnoty voľného času a finančných prostriedkoch sa ľudia začali cestovať z obchodných, poznávacích a relaxačných dôvodov. Vďaka cestovania človek získa nové znalosti o vzdialených kultúrach, nové zručnosti a zážitky na celý život. Vedľa toho cestovný ruch je najvýznamnejšie ekonomické odvetvie, tvorí významnú časť hrubého domáceho produktu vo väčšine zemí a zamestnáva viac ako 235 miliónov osôb (podľa UNWTO z roku 2010). Z ekonomického hľadiska cestovný ruch je prínosom pre každé zeme.

S tým, že sme vstúpili do Európskej únie máme viac možností nie len cestovať, ale aj zamestnať sa a vzdelávať sa v zahraničí. Navyše Schengenský systém nám umožňuje prekročiť hranice ešte jednoduchšie, keďže zruší kontrolu osôb na vnútorných hraniciach.

S rozvojom cestovného ruchu sa neustále rozvíjajú požiadavky zákazníkov, preto je nutné rozšíriť aj ponuku, ktorá musí splniť očakávanie a uspokojiť potreby turistov.

Okrem toho, nesmieme zabudnúť na to, že masový turizmus je zaťažujúce na životné prostredie. Preto sa musíme snažiť uspokojiť dopyt turistov tak, aby sme zachovali historické a kultúrne pamiatky a prírodné zdroje i pre ďalšie generácie.

Veľké roly hrajú v oblasti cestovného ruchu informačné technológie. Nestačí už len spoliehať na prírodné bohatstvo a ďalšie atraktivity, je nutné zviditeľniť produkty a upútať pozornosť zákazníka. Hlavným nástrojom je Internet, bez čoho už ani nevieme predstaviť náš život. V dnešnej dobe je najdôležitejším a najefektívnejším komunikačným a informačným prostriedkom pre vyhľadávanie a publikovanie informácií. Už skoro každá domácnosť disponuje s pripojením na Internet a viacerí nosia so sebou aj vo vreckách mobilný internet. Internet je neobmedzeným zdrojom informácií, všade na svete a hocikedy môžeme pripojiť k sieti a vyhľadať potrebné informácie, nezávisí na čase a miesta.

V súčasnosti je už nevyhnutný pre známe organizácie či destinácie mať vlastné webové stránky, aby turisti ich rýchlo našli pri vyhľadávaní a čo najrýchlejšie získali potrebné informácie. Stále viac a viac užívateľov používa internet, ako hlavnú formu vyhľadávania, nákupu či rezervovania. Pomôže im vybrať najlepšie ubytovacie a stravovacie zariadenia, prečítať recenzie, vyhľadať najzaujímavejšie atraktivity a informovať sa o vzdialených kultúrach. Návštevník sa už len na základe internetovej stránky môže rozhodnúť či navštívi danú destináciu alebo nie, preto je potrebné si vytvoriť kvalitnú webovú stránku a odlíšiť sa od konkurencie.

Pre Komárňanský región je turizmus veľmi dôležitý. Podľa štatistiky Európskej databanky z roku 2011 je Komárno len dvadsiate deviate navštevované miesto na Slovensku. Hoci má mesto rozsiahlu historickú minulosť a neoceniteľné kultúr-

ne-historické pamiatky, nie je využitý potenciál a pre turistov nie je dostupné navštíviť tieto miesta.

Rada by som s touto bakalárskou prácou pomohla rozvíjať cestovný ruch v regióne, zvýšiť návštevnosť turistov a to všetko pomocou webovej stránky, ktorá zdôrazňuje krásne pozoruhodnosti a atrakcie okolia. Chcela by som, aby turisti videli Komárno tak kúzelným mestom tak, ako ja, a aby hodnotili všetky krásy čo mesto dáva.

## 1.2 Cieľ práce

Cieľom mojej práce je analyzovať súčasný potenciál regiónu Komárno a navrhnúť novú efektívnu webovú stránku pre turistov, a tým zvýšiť návštevnosť v regióne. Chcela by som, aby sa návštevníci bližšie zoznámili s regiónom pomocou novej stránky a čo najviac času trávil na nej. Spolupracujem s organizáciou Regionálna rozvojová agentúra Komárno, ktorá sa snaží vylepšiť región, pomáha miestnym podnikateľom pomocou spracovania návrhu využitia fondov Európskej únie.

Ďalej z analýzy dozvieme aké možnosti región ponúka návštevníkom, a aké má nedostatky v oblasti cestovného ruchu. Po úspešnej analýze navrhнем vlastnú webovú stránku, ktorá pomôže zlepšiť propagáciu regiónu, zviditeľniť pozitívnu stranu Komárna a zvýrazniť kultúrne pamiatky a prírodné zdroje okolia. Pre vylepšenie mojej stránky vyhl'adám už existujúce portály cestovného ruchu a pomocou nich sa pokúsim vytvoriť efektívnu stránku, ktorá by prilákala ešte viac návštevníkov.

Téma „Web pre podporu cestovného ruchu v regióne Komárno“ som vybrala preto, lebo v oblasti cestovného ruchu v tomto regióne postupne znižuje návštevnosť turistov. Chcela by som podporovať moje rodné mesto a predstaviť naše cenové zaujímavosti.

## 2 Teoretická časť

### 2.1 Cestovný ruch

Presne definovať pojem cestovný ruch je veľmi ťažké. Do dnešného dňa neexistuje úplne vyčerpávajúca definícia, lebo je spojený s mnohými významami. Závisí to hlavne, že z akého hľadiska skúmame cestovný ruch.

Cestovný ruch môžeme chápať ako „komplexný spoločenský jav, ako súhrn aktivít účastníkov cestovného ruchu, súhrn procesu budovanie a prevádzkovanie zariadení so službami pre účastníkov cestovného ruchu vrátane súhrn aktivít osôb“. (Goeldner, Richie, 2014, s. 4-5)

Podľa UNWTO (World Tourism Organization) oficiálne prijateľná definícia je: „Cestovný ruch zahrnuje aktivity osôb cestujúcich do miest či prebývajúcich v miestach, ktoré sa nachádzajú mimo ich obvyklého prostredia, a to nie ďalej než jeden rok, za účelom dovolenky, pracovných záväzkov či z iných dôvodov.“ (Goeldner, Richie, 2014, s. 6)

Výkladový slovník cestovného ruchu definuje pojem troška inak, ako „komplexný spoločenský jav, zahrnujúca aktivity osôb cestujúcich mimo ich obvyklého prostredia alebo zdržiavajúcich v týchto miestach nie ďalej než jeden rok za účelom zábavy, rekreácie, vzdelávania, pracovne či iným účelom, i aktivity subjektov poskytujúcich služby a produkty týmto cestujúcim osobám“. (Zelenka, Pásková, 2012, s. 83)

Cestovný ruch AIEST (Medzinárodného združenia expertov cestovného ruchu) definuje „ako súhrn javov a vzťahov, ktoré vyplývajú z cestovania alebo pohybu osôb, pričom miesto pobytu nie je trvalým miestom bývania a zamestnania“. (Ryglová, 2009, s. 11)

Ďalej za cestovný ruch môžeme považovať „činnosť osoby, cestujúci na prechodnú dobu (u medzinárodného cestovného ruchu maximálne jeden rok, u domáceho šesť mesiacov) do miesta mimo svojho trvalého bydliska, pričom hlavný účel jej cesty je iný než vykonávať zárobkovú činnosť v navštívenom mieste (trvalý či prechodný pracovný pomer)“. (Foret a kol., 2013, s. 11)

F. W. Ogilvie chápe cestovný ruch ako „ekonomický jav spojený s potrebou hmotných a nehmotných statkov, hradených z prostriedkov získaných v mieste trvalého bydliska“. (Ryglová, 2009, s. 9-10)

Cestovný ruch by mal byť chápaný ako priemysel poskytujúci všetky služby spojené s cestovaním a turistikou, ktoré je možno rozdeliť do jednotlivých sektorov: sektor ubytovacích služieb, sektor atrakcie, sektor dopravy, sektor sprostredkovateľov a sektor organizácie. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 17)

Okrem pojmu cestovný ruch môžeme používať turizmus ako alternatívny termín pre cestovný ruch. (Zelenka, Pásková, 2012, s. 578)

Cestovný ruch je významný spoločenský fenomén ako z pohľadu jednotlivcov, tak i spoločnosti. Každoročne predstavuje najväčší pohyb ľudskej populácie za rekreáciu, poznávaním a naplnením vlastných snov z príjemnej dovolenky. Je súčasťou spotreby a spôsobu života obyvateľov hlavne

ekonomicky vyspelých zemí. Vo svetovej mierke patrí vedľa obchodu s ropou a automobilovým priemyslom k tretím najväčším exportným odvetvím. (Hesková a kol., 2011, s. 7)

## 2.2 Región

Podľa zákona 539/2008 Zb. §2 o podpore regionálneho rozvoja región je územný celok vymedzený podľa klasifikácie štatistických územných jednotiek.

Výkladový slovník vymedzuje termín región ako „územný celok vyznačujúci sa spoločnou úrovňou výskytu určitého/ určitých znakov (z hľadiska zastúpenia, rozmiestenia a reprezentatívnych javov), alebo spoločným procesom (procesy, resp. väzbami)“. Ďalej rozdeľujú región „podľa štruktúry regiónu a výsledku vzájomnej interakcie prírodných zložiek i sociálne geografických systémov sa rozlišujú dve základné pojatia regiónov – homogénne regióny a heterogénne regióny“. (Zelenka, Pásková, 2012, s. 479)

Región je používaný pre rôzne územné celky, môže sa zhodovať s vymedzením destinácie, vymedzenie môže byť i z pohľadu administratívneho, štatistického alebo pre plánovacie účely. (Hesková a kol., 2011, s. 152)

## 2.3 Destinácia cestovného ruchu

Destinácia je geografický priestor, ktorý hosť zvolí ako cieľ účasti na cestovnom ruchu. Destinácia zahŕňa komplex služieb pre potreby cestovného ruchu. Obecne je chápaná ako smerovanie, cieľ cesty, miesto navštívené účastníkom cestovného ruchu. (Hesková a kol., 2011, s. 152)

Destinácia cestovného ruchu je prirodzeným celkom, ktorý má z hľadiska podmienky rozvoja cestovného ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od iných destináciách.

Podľa WTO predstavuje destinácia miesto s atraktivitami a s nimi spojenými zariadeniami a službami cestovného ruchu, ktoré si účastník cestovného ruchu alebo skupina vyberá pre svoju návštevu a ktoré poskytovatelia prinášajú na trh. (Királ'ová, 2003, s. 15)

V širšom zmysle sa za destináciu označujeme zeme, regióny, ľudské sídla a ďalšie oblasti, ktoré sú typické veľkou koncentráciou atraktivít cestovného ruchu, rozvinutými službami a ďalšou infraštruktúrou cestovného ruchu, ktorému výsledkom je dlhodobá vysoká koncentrácia návštevníkov. Destinácie cestovného ruchu sú však i vzájomne si konkurujúce jednotky, ktorých spoločným cieľom je predaj služieb v destinácií. (Rygl'ová, 2009, s. 153)

## 2.4 Trh cestovného ruchu

Trh cestovného ruchu má celú radu zvláštnosti, ktoré vyplývajú predovšetkým z charakteru potreby klientov a z charakteru služieb v cestovnom ruchu. (Rygl'ová, 2009, s. 16)

Trh cestovného ruchu tvoria podniky cestovného ruchu rôznych veľkosti od globálnych spoločností po malé podnikateľské organizácie miestneho významu. Národný trh zahŕňa tri typy cestovného ruchu: trh smerujúce dovnútra, trh smerujúce von a domáci trh.

Trh cestovného ruchu sa skladá z rady spoločne pôsobiacich organizácií:

1. predajcovia zájazdov (cestovné agentúry) a cestovné kancelárie,
2. dopravné spoločnosti,
3. ubytovacie zariadenia,
4. stravovacie zariadenia,
5. subjekty ponúkajúce návštevnícke atraktivity,
6. zábavné parky. (Hesková a kol., 2011, s. 61)

## 2.5 Marketingový mix cestovného ruchu

Používanie viac než len „4P“ (Produkt, Price, Place, Promotion): Uvedená 4P pre oblasť služieb cestovného ruchu už nestačí, preto túto základnú radu nástrojov rozširujeme o ďalšie štyri kategórie (People, Partnership, Packaging, Programming) a hovoríme, že marketing cestovného ruchu využíva 8P. (Ryglová, 2009, s. 101)

### 2.5.1 Produkt (Product)

Je to služba alebo väčšinou súbor (balík) služieb. Jedná sa o balík služieb základných (ubytovanie, stravovanie, dopravné služby, služby cestovných kancelárií či agentúr, sprievodcovské služby, ...) a doplnkových (obchodné služby, zmenárenské apod.), ktorý je schopný uspokojiť potreby zákazníka. Má obmedzenú životnosť, preto sa musí neustále prispôbovať meniacim sa požiadavkám zákazníka s ohľadom na štádium životného cyklu, kde sa nachádza (uvedení na trh, rast, zrelosť, pokles).

Produkt je tiež to, prostredníctvom čoho sa región/organizácia v cestovnom ruchu predáva a čím získava svojich turistov a návštevníkov. (Ryglová, 2009, s. 102)

### 2.5.2 Cena (Price)

Cena a cenová tvorba je chápaná ako finančná časť marketingového mixu. Cena plní dve funkcie. Jednak je priamym determinantom rentability (ako jediná časť marketingového mixu priamo pôsobiaci na zisk firmy), jednak pôsobiaci ako magnet, ktorý zákazníkov priťahuje alebo odrádza. Cena obecné má informatívne a obchodné dimenzie. (Hesková a kol., 2011, s. 141)

Cena vyjadruje náklady vynaložené na získanie produktu. Nie je to len samotná cena produktu, ale tiež náklady na obstaranie (doprava, balné), strata času, psychické alebo fyzické vypätie potrebné k získaniu produktu. (Janouch, 2014, s. 17)

### 2.5.3 Miesto – distribúcia (Place)

U služieb existujú zložitejšie a premenlivejšie distribučné cesty ako u výrobkov. Uskutočňuje sa buď priamo alebo sprostredkované. Distribúcia produktov cestovného ruchu je tiež špecifická. Zatiaľ čo výrobky sú dodané na miesto, kde si ich zákazník kupuje, tj. výrobky sú dodávané k zákazníkovi, služby cestovného ruchu je možné obvykle realizovať len v mieste ich produkcie. Informácie i nákup ďalších produktov si môže klient zaistiť kdekolvek, ich realizáciu nie. (Ryglová, 2009, s. 105)

Distribúcia je všetko, čo je potreba k tomu, aby zákazník produkt dostal. Napríklad spôsob prepravy, predajné miesto, pohodlie pri nákupe. Pre distribúciu nehmotných produktov (software, video, hudba, online služby alebo hry) stačí pripojenie na Internet, všetky ostatné majú offline distribúciu. (Janouch, 2014, s. 17)

### 2.5.4 Marketingová komunikácia

Komunikačný mix je kombinácia nasledujúcich nástrojov: reklamy, osobného predaja, podpory predaja a public relations. Zámerom celého komunikačného mixu je ovplyvňovať spotrebné chovanie sa zákazníka. (Hesková a kol., 2011, s. 142)

Cieľom marketingové komunikácie je osloviť rôzne segmenty trhu tak, aby bola upútaná pozornosť (Awareness) potenciálneho zákazníka, zoznámiť ich s produktom a vzbudiť záujem o produkte (Interest) cestovného ruchu, má stimulovať, vyvolať pranie spotrebiteľa ku kúpe (Desire), presvedčiť o kúpe (Action) a viesť teda k zvýšeniu efektívnosti obchodnej činnosti firmy. Hovoríme o tzv. konceptu AIDA, ktoré by malo rešpektovať propagačné oznámenie. (Ryglová, 2009, s. 106)

### 2.5.5 Ľudia (People)

Ryglová uvádza vo svojom diele: „Ľudia sú základným faktorom ovplyvňujúcim kvalitu služieb.“ Ďalej dodáva, že „ľudia, to sú nie len zamestnanci podnikov a hostia, ale tiež miestne obyvateľstvo“. (2009, s. 113)

### 2.5.6 Spolupráca (Partnership)

Partnership – tento prvok marketingového mixu postihuje spoluprácu všetkých zúčastnených subjektov v cestovnom ruchu. Jedná sa napríklad o spoluprácu dopravcov, cestovných kancelárií, cestovných agentúr, hotelov, vlastníkov prevádzok cestovného ruchu, usporiadateľov športových či kultúrnych akcií. (Ryglová, 2009, s. 114)

### 2.5.7 Tvorba balíkov (Packaging)

Tvorba balíkov služieb znamená kompletizáciu poskytovaných zájazdov a ich programovú orientáciu. Tvorba „balíkov“ zohľadňuje individuálne pranie zákazníka, špecifických segmentov, pomáha firmám zmierňovať výkyvy v ponuke a dopytu po službách. (Hesková a kol., 2011, s. 146)



### 2.5.8 Programová špecifikácia služieb (Programming)

Programovanie predstavuje techniku tesne spojenú s tvorením packagu. Zahŕňa postupy, úkoly, časové rozvrhy, mechanizmy, činnosti a rutiny, pomocou nich je služba poskytovaná klientovi (programy jednodenných výletov, programy potápačského kurzu v dobe zájazdu, programy spoločenských akcií apod., ktoré majú zvýšiť konzumáciu služieb zákazníkom či zvýšiť atraktivnosť packagov). (Ryglóvá, 2009, s. 117)

## 2.6 Informačné technológie

### 2.6.1 Internet

Internet je „globálna počítačová sieť, ktorá má niekoľko sto miliónov účastníkov a ktorá poskytuje rôzne služby, najmä prístup k hypertextovým dokumentom (World Wide Web), elektronickú poštu (email), audiovizuálnym prenosom, prenos dátových súborov a programov atď. Internet je voľne organizovaná medzinárodná spolupráca pripojených autonómnych sietí, ktorá umožňuje komunikáciu pripojených počítačov vďaka dobrovoľnému prijatiu a dodržiavaniu štandardných protokolov a procedúr. Internet nikto nevlastní ani neriadi.“ (Nondek, Řeňčová, 2000, s. 10)

Môžeme chápať Internet aj ako „celosvetovú sieť spájajúci počítače rôznych vlastníkov, ktorá je decentralizovaná a odolná proti výpadku jednej alebo niekoľkých častí a ktorá umožňuje prenos dát, používanie emailu, prehliadanie hypertextových dokumentov a ďalšie služby“. (Blažková, 2005, s. 13)

Vo výkladovom slovníku nájdeme definíciu na Internet: „Celosvetová počítačová sieť prepájajúci milióny individuálnych počítačov i jednotlivé siete pomocou sady protokolov IP. Služi na štruktúrovanie a prenesenie informácií a poskytovanie rôznych služieb jeho užívateľom, offline i online komunikácia, sťahovanie súborov pomocou FTP aj.“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 238)

Internet v dnešnej dobe slúži „k najrôznejším účelom a jeho využívanie predstavuje pre firmy istú konkurenčnú výhodu“. (Blažková, 2005, s. 28)

„Internet je interaktívne globálne komunikačné médium, ktorý zmenil hracie pole a jazyky, pre marketingové, všade.“ (Gay, Charlesworth, Esen, 2007, s. 7)

Internet je celosvetová počítačová sieť, ktorá spája jednotlivé menšie siete, pomocou sady protokolov zvaných IP (Internet Protocol). Pre upresnenie, protokolom je v počítačovej terminológii myslená sústava pravidiel – obvykle teda norma komunikácie. (Procházka, 2012, s. 13)

### 2.6.2 WWW

World Wide Web (WWW, tiež len krátene web), vo voľnom preklade celosvetová pavučina, je označenie pre aplikácie internetového protokolu http. Je tým myslená sústava prepojených hypertextových dokumentov. V češtine sa slovo web často používa nie len pre označenie celosvetovej siete dokumentov, ale tiež pre označe-

nie jednotlivjej sústavy dokumentov dostupných na tom istom webovom servery alebo na tej istej internetovej doméne najnižšieho stupňa (internetovej stránke). (Procházka, 2012, s. 17)

### 2.6.3 Webové stránky

Webové stránky sú podľa slovníka: „Súhrn vzájomne súvisiacich webových stránok a na nich pripojených textov, odkazov, obrázkov, videí a ďalších digitálnych objektov a zdrojov, ktoré sú umiestené na jednom či viacerých webových serveroch, obvykle prístupných na Internete, mobilných telefónoch, alebo na LAN sietiach. Webová stránka je dokument, typicky napísaný v jazyku HTML a XHTML, ktorý je prístupný cez HTTP protokol, prevládajúci informácie z webového serveru na obrazovku webového prehliadača. Pre cestovný ruch sú webové stránky jedným z najdôležitejších nástrojov propagácie a sú zatiaľ nenahraditeľné pre e-turizmus, virtuálny cestovný ruch, elektronický obchod v cestovnom ruchu.“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 630)

Hlavným kritériom zákaznícky orientovaného návrhu webu je „zaistenie spokojnosti s pozitívnymi skúsenosťami všetkých zákazníkov, nech už sa jedná o tých, čo hľadajú informácie, chcú byť súčasťou komunity, chcú nakupovať alebo sa baviť. Zákaznícky orientovaný návrh webu zvyšuje hodnotu internetových stránok prostredníctvom lepšieho designu a jeho ohodnotenia.“ (Duyne, Landay, Hong, 2005, s. 21)

Webové stránky sú základným prostriedkom pre marketingovú komunikáciu na Internete. Prostredníctvom webových stránok sa ľudia dozvedajú informácie o ponukách produktov, o firme, nájdu tu kontakty, argumenty, prečo si kúpiť práve váš produkt, a mnoho ďalších informácií. Keď majú byť webové stránky skutočným nástrojom dosiahnutí cieľov marketingovej komunikácie na Internete, tak treba pri ich tvorbe dodržať pravidlá a zvyklosti v oblasti prístupnosti a použiteľnosti. (Janouch, 2014, s. 297)

### 2.6.4 Protokol HTTP

HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) je internetový protokol určený pôvodne pre výmenu hypertextových dokumentov vo formáte HTML (HyperText Markup Language). Tento protokol je spolu s elektronickou poštou tým najviac používaným a zaslúžil si obrovský rozmach internetu v posledných rokoch. HTTP používa ako niektoré ďalšie aplikácie tzv. jednotný lokátor prostriedkov URL (Uniform Resource Locator), ktorý špecifikuje jednoznačné umiestnenie nejakého zdroja v internete. K protokolu HTTP existuje tiež jeho bezpečnejšia verzia označovaná ako HTTPS, ktorá umožňuje prenášané dáta šifrovať a tým chrániť pred odpočúvaním či iných narušení. (Procházka, 2012, s. 17)

### 2.6.5 HTML

HyperText Markup Language, označovaný skratkou HTML, je značkový jazyk pre hypertext. Je jedným z jazykov pre vytváranie stránok v systéme World Wide Web, ktorý umožňuje publikáciu dokumentov na internete. Je charakterizovaný množinou značiek (tzv. tagov) a ich atribútov definovaných pre danú verziu. Medzi značky sa uzatvárajú časti textu dokumentu, a tým sa určuje význam (sémantika) obsahnutého textu. (Procházka, 2012, s. 19)

### 2.6.6 CSS

Kaskádové štýly, čiže Cascading Style Sheets so skratkou CSS, je jazyk pre popis spôsobu zobrazenia stránok napísaných v jazykoch HTML, XHTML alebo XML. Hlavným zmyslom je umožniť návrhárom oddeliť vzhľad dokumentov od jeho štruktúry a obsahu. (Procházka, 2012, s. 18)

## 2.7 SEO – optimalizácia stránok

SEO je skratka z anglického označenia Search Engine Optimization, voľne preložené optimalizácia pre vyhľadávače. Optimalizácia je mienené vytvorenie a upravovanie webových stránok takým spôsobom, aby ich forma a obsah boli vhodné pre automatizované spracovanie roboty internetových vyhľadávačov. Cieľom potom je získať vyššiu pozíciu (v ideálnom prípade prvú stranu) vo výsledku fulltextového vyhľadávania na kľúčové slová (tzv. keywords), úzko súvisiaci s obsahom webu. (Procházka, 2012, s. 29)

SEO sa však nezaobrá len vlastnou technikou, venuje sa tiež obsahu, pretože obsah stránok je to, čo v skutočnosti priláka na vaše stránky návštevníkov. Vyhľadávače nie sú dôležité, dôležití sú návštevníci vašich stránok, SEO je teda v skutočnosti cesta k optimalizácii stránok pre užívateľov, pre zákazníkov, pre návštevníkov. Skutočným cieľom SEO je nájditelnosť informácií. A informácie vždy hľadajú ľudia. Vyhľadávač je len nástroj k ich vyhľadávaniu. (Kubíček, 2010, s. 17)

SEO v preklade znamená optimalizáciu pre vyhľadávače, čo môže byť zavádzacie. Žiadna optimalizácia sa nerobí pre vyhľadávače, ale pre užívateľov. Preto sa tiež zmenil samotný obsah SEO. Dokladajú to ako skúsenosti, tak početné úpravy vyhľadávacieho algoritmu Google (Seznem.cz sem trochu zaostáva). Zlepšenie pozície vo vyhľadávaní je samozrejme stále cieľom SEO, ale kľúčová je celková optimalizácia stránok preto, aby boli prínosné pre návštevníkov, aby sa na stránkach dobre orientovali, našli to, čo hľadajú, urobili si nákup, vrátili sa späť. (Janouch, 2014, s. 235)

## 2.8 Internetový marketing

Internetový marketing môžeme chápať ako „marketing, ktorý ako svoj médium využíva Internet a v cestovnom ruchu má vedľa svojich statických foriem stále viac foriem dynamických, založených na sociálnych sieťach, dynamických webových

stránkach vrátane personalizácie ich obsahu a kontextové reklamy, virálnym marketingu, vkladanie reklamných bannerov a vytváranie microsite.“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 239)

Iná definícia uvádza, že internetový marketing je „kvalitatívne nová forma marketingu, ktorá môže byť charakterizovaná ako riadenie procesov uspokojovania ľudskej potreby informáciami, službami alebo tovarmi pomocou internetu“. (Nondek, Řenčová, 2000, s. 75)

Blažková vo svojej knihe zhrňuje pojem takto: „V rámci marketingu na internete ide teda o uplatňovanie marketingových princípov na internete, jedná sa najmä o tvorbu WWW stránok, reklamu na internete, ale i marketingový výskum na internete, obchodovanie na internete a ďalší. Marketing na internete vyžaduje v niektorých aspektoch prístup odlišný od klasického marketingu.“ (2005, s. 31)

Internetový marketing zahrnuje, podobne ako klasický marketing, celú radu aktivít spojených s ovplyvňovaním, presvedčovaním a udržovaním vzťahov so zákazníkmi. Marketing na Internetu sa sústreďuje predovšetkým na komunikáciu, avšak často sa dotýka o tvorbe cien. Internetový marketing býva tiež označovaný ako e-marketing, web-marketing alebo on-line marketing. V poslednej dobe sa stále častejšie používa i označenie digitál marketing. Pojmy ako on-line alebo digitál marketing však zahrnujú, okrem internetového marketingu, tiež marketing prostredníctvom mobilných zariadení (telefóny, iPad atď.). (Janouch, 2011, s. 19)

## 2.9 Turistické informačné centrá – TIC

Turistické informačné centrá sú účelové zariadenia cestovného ruchu zriadené v miestach a strediskách cestovného ruchu. TIC majú charakter verejnej služby poskytovanej na základe spoločenskej objednávky štátnej správy a samosprávy ako súčasť informačného systému České republiky. Pracoviská sa označujú medzinárodnou značkou „i“. Hlavnou činnosťou TIC je poskytovanie bezplatných informácií verejnosti, doplnkovou činnosťou sú služby poskytované za úplatu. (Orieška, 2010, s. 28)

Turistický informačný centrum (TIC) má charakter verejnej služby, poskytované na základe spoločenskej objednávky štátnej správy a samosprávy ako súčasť informačného systému cestovného ruchu. (Ryglová, 2009, s. 79)

### 3 Metodika

V časti základnej charakteristiky regiónu Komárna a jeho ponuky cestovného ruchu budem zanalyzovať potenciál regiónu. Informácie budem získať z voľne dostupných zdrojov. Pomocou situačnej analýzy zdôrazňujem najdôležitejšie a najzaujímavejšie atraktivity v regióne na prilákanie turistov. Na základe tejto analýzy sa zistím aké faktory ovplyvňujú cestovní ruch a tiež zistím, či má región svoj potenciál, a či má zmysel ho propagovať formou novej webovej stránky.

Nasleduje hodnotenie súčasného stavu riešenej problematiky, čo predstavujú už existujúce stránky regiónu. Vybrala som štyri stránky o Komárne a ešte jednu o druhom najväčšom meste v okrese, o Kolárove. Na hodnotenie stránky vytvorím päť hlavných kritérií, každé z nich bude bodované od 1 až do 5.

Preštudujem aj konkurenčné portály, ktoré budú tiež hodnotené podľa spomenutých päť kritérií. Vybrala som dve české a dve slovenské portály, a to portál Južnej Moravy, Strednej Moravy, regiónu Košice a Liptov. Od týchto portáloch budem čerpať nápady na návrh štruktúry mojej stránky.

V ďalšej časti vyhodnotím dotazníkový prieskum. Dotazník bol vytvorený pomocou Google Formulára a bol rozposlaný elektronicky cez sociálnu sieť Facebook. Obsahuje uzavreté a otvorené varianty z 13 otázok. Celý dotazník bol dostupný okrem slovenského jazyka aj v maďarskom jazyku, pretože viac ako 60 % regiónu má maďarskú národnosť. Výskum sa konal jeden týždeň od 17. 4. 2015 až do 24. 4. 2015. Dotazník je priložený v príloha A.

Podľa konkurenčných portáloch a dotazníkov navrhнем novú webovú stránku, ktorá by sa mohla stať vhodným miestom, kde obyvatelia regiónu a potenciálni turisti nájdu ponuku cestovného ruchu.

## 4 Vlastná práca

### 4.1 Okres Komárno



**Obr. 1 Okres Komárno**

Zdroj: <http://www.hotelsite.sk/hu/d27/komarno/>

Okres Komárno leží v najjužnejšej časti Slovenska a je súčasťou Nitrianskeho kraja. Rozloha územia je 1 100,1 km<sup>2</sup> a žije v tomto regióne 103 709 obyvateľov. Čo sa týka rozloženia národnosti, v okrese 63,8 % obyvateľov má maďarskú národnosť. Okres bol vytvorený v roku 1923, dnešné hranice určili v roku 1960, odvtedy sú nezmenné.

Nachádza sa tu 41 obcí, z toho tri majú štatút mesta. Okrem troch obcí všetky majú svoje vlastné webové prezentácie, avšak je ich ťažké nájsť, hlavne keď turista nepozná vôbec tento región. Obce sú nasledujúce:

- Bajč
- Bátorové Kosihy
- Bodza
- Bodzianske Lúky
- Brestovec
- Búč
- Čalovec
- Číčov
- Dedina Mládeže
- Dulovce
- Holiare
- Hurbanovo
- Chotín
- Imeľ
- Iža
- Kameničná
- Klížska Nemá
- Kolárovo
- Komárno
- Kravany nad Dunajom
- Lipové
- Marcelová

- Martovce
- Moča
- Modrany
- Mudroňovo
- Nesvady
- Okoličná na Ostrove
- Patince
- Pribeta
- Radvaň nad Dunajom
- Svätý Peter
- Sokolce
- Šrobárová
- Trávník
- Tôň
- Veľké Kosihy
- Virt
- Vrbová nad Váhom
- Zemianska Olča
- Zlatná na Ostrove

Správnym sídlom a najvýznamnejším mestom regiónu je Komárno. Má 34 561 počet obyvateľov, tiež viac než polovica má maďarskú národnosť. Komárno leží pri sútoku Dunaja a Váhu v nadmorskej výške 108-115 m na ľavom pobreží Dunaja. Je tretím najväčším mestom v Nitrianskom kraji a najdôležitejším kultúrnym a politickým centrom. Okrem toho je aj hraničným mestom, spája Slovensko a Maďarsko pomocou Alžbetinho mosta. Mesto má bohaté historické a kultúrne dedičstvo. Žili tu Keltovia, neskôr nablízku Rimania a dlhší čas sa zdržiavali v pries-tore Avari. Prežil útoky tureckej armády, v 18. storočí dve ničivé zemetrasenia a veľké vojny v 20. storočí.



**Obr. 2 Erb mesta Komárna**

Zdroj: <http://www.mesta-obce.sk/nitriansky-kraj/okres-komarno/komarno/>

Bohužiaľ, v regióne postupne každý rok sa znižuje návštevnosť. Stále menej a menej turistov prichádza do regiónu. Tiež sa horší ekonomická situácia, veľa ob-chodov skrachovalo a znižujú sa príjmy v oblasti cestovného ruchu. V tabuľkách môžeme vidieť situáciu rozpísanú na každý rok.

**Tab. 1 Počet prenocovaní návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v okrese Komárno v ob-dobí 2007-2011**

2007	2008	2009	2010	2011
49 951	61 746	56 388	57 596	49 542

Zdroj: <http://rrakn.sk/2013/02/14/informacna-databaza-o-uzemi-v-posobnosti-prijimatela-na-rok-2012-lau-1-uroven-okresu/>

**Tab. 2 Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v okrese Komárno v období 2007-2011**

2007	2008	2009	2010	2011
18 252	25 490	25 497	26 440	23 217

Zdroj: <http://rrakn.sk/2013/02/14/informacna-databaza-o-uzemi-v-posobnosti-prijimatela-na-rok-2012-lau-1-uroven-okresu/>

## 4.2 Situačná analýza regiónu

### 4.2.1 Lokalizačné faktory

- *Podmienky prírodného charakteru:* Komárňanský okres je najjužnejším okresom Nitrianskeho kraja i celej republiky. Celý okres sa nachádza v Podunajskej nížine. Južnú hranicu tvorí štátna hranica s Maďarskou republikou, čo je približne 70 km. Na území okresu pretekajú tieto rieky: Dunaj, Váh, Malý Dunaj, Nitra a Žitava. Okres má suchú klímu. Priemerná ročná teplota je 9,7°C a priemerný ročný úhrn zrážok je 244-555 mm.
- *Podmienky spoločenského charakteru:* Celý okres je známy vďaka jeho historickej minulosti, dodnes zachováva bojové rany. Asi najznámejšou historickou pamiatkou je pevnosť, ktorá bola vybudovaná v druhej polovici 16. Storočia. Ďalšie pamiatky môžeme nájsť po celom meste, ako napríklad socha známeho spisovateľa Móra Jókaiho, slávneho skladateľa Franza Lehára, socha svätej trojice a najznámejší je socha generála Klapku v strede mesta. Každoročne sa tu konajú Komárňanské dni v poslednom týždni apríla, sú rôzne programy pre všetkých, koncerty, športové akcie, výstavy a mnoho ďalších. Ďalej sú aj Jazdecké dni v Iži, Jókaiho dni v Komárne, Rockfest v Kravanoch nad Dunajom, Pivný festival v Hurbanove, Vínný festival v Bátorových Kosihách, atď. Vo všetkých obciach každý rok usporiadajú jarmoky, hody, trhy. Z organizovaných športových podujatí sa tešia veľkej slávnosti basketbalové, volejbalové a futbalové zápasy. Tiež v okrese, v Kolárove, sa nachádza jediný plávajúci vodný mlyn na Slovensku, v ktorom sídli teraz Múzeum vodného mlynára. Milovníci prírody môžu navštíviť rybné jazerá, prírodnú rezerváciu Dunajskej trstiny, rekreačné jazerá a lužné lesy pozdĺž rieky Váh. Región je bohatý aj s náboženskými pamiatkami, ako kostoly, kaštiele, kaplnky a pomníky.

### 4.2.2 Realizačné faktory

- *Ubytovacie zariadenia:* V okrese sa nachádza 28 ubytovacích zariadení, z toho 11 hotelov. Najznámejší je Wellness Hotel v Patinciach, ktorý si otvoril brány v roku 2006 a nájdeme tu najväčší zážitkový krytý bazén na Slovensku. Kapacita celkom v okrese je viac ako 2900 lôžok.
- *Stravovacie zariadenia:* Celkom v regióne je približne 34 stravovacích zariadení vrátane kaviarní, reštaurácií, cukrárni. Najpopulárnejšie je reštaurácia



Prestige, Divá Kačica, Olymp, Peklo, Apáli v Komárne, Kaštieľ Zlatý Bažant v Hurbanove, Party cukráreň a Pizzéria Lux.

- *Turistické informačné centrá:* V regióne je iba jeden v Komárne, čo nedávno otvorili. Nachádza sa to priamo v strede mesta na Klapkovom námestí. Poskytuje informácie o ubytovacích a stravovacích zariadení, kultúrnych akcií, a je možné tu nakúpiť aj pohľadnice, brožúry a mapy.
- *Cestovné kancelárie a agentúry:* Nachádza sa tu približne 10 cestovných kancelárií a agentúr, z toho najviac v meste Komárno. Najznámejšie je Satur Travel, Turancar, Koala Tours a Pepita Tours.
- *Cyklotrasy:* V spolupráci s maďarskou vládou sa podarilo už na oboch stranách Dunaja vybudovať 17 trás. Okrem športových zážitkov trasy tiež ponúkajú možnosti na občerstvenie a zaujímavosti z okolia.

#### 4.2.3 Selektívne faktory

- *Doprava:* V Komárne premávajú štyri autobusové linky. Okrem toho, mesto je hlavný uzlový bod v doprave. Do dvoch smeroch jazdí každú hodinu vlak a autobusom sa môžeme dostať do všetkých okolitých obcí. Ako hraničné mesto hrá dôležitú rolu v medzinárodnej preprave a je hlavný hraničný prechod medzi Slovenskom a Maďarskom aj pre občanov.
- *Demografické skutočnosti:* Počet obyvateľov v regióne je 103 709, hustota zaľudnenia je 94 obyvateľ/km<sup>2</sup>. Celkový prírastok od roku 2005 až do roku 2012 je záporný, -1 025. Stredná dĺžka života u mužoch je 70,3 a u ženách je 77,98 rokov.
- *Ekonomické predpoklady:* Počet evidovaných nezamestnaných v okrese rastie každoročne, v roku 2012 bolo 10 991. Priemerná hrubá nominálna mzda dosiahla v roku 2012 659 euro. Okres je investične poddimenzovaný, je už dlhodobo pod celoštátnym priemerom. Prevládajúcou činnosťou v okrese je poľnohospodárska výroba, priemysel je zastúpený v menšej miere.

### 4.3 Súčasný stav riešenej problematiky

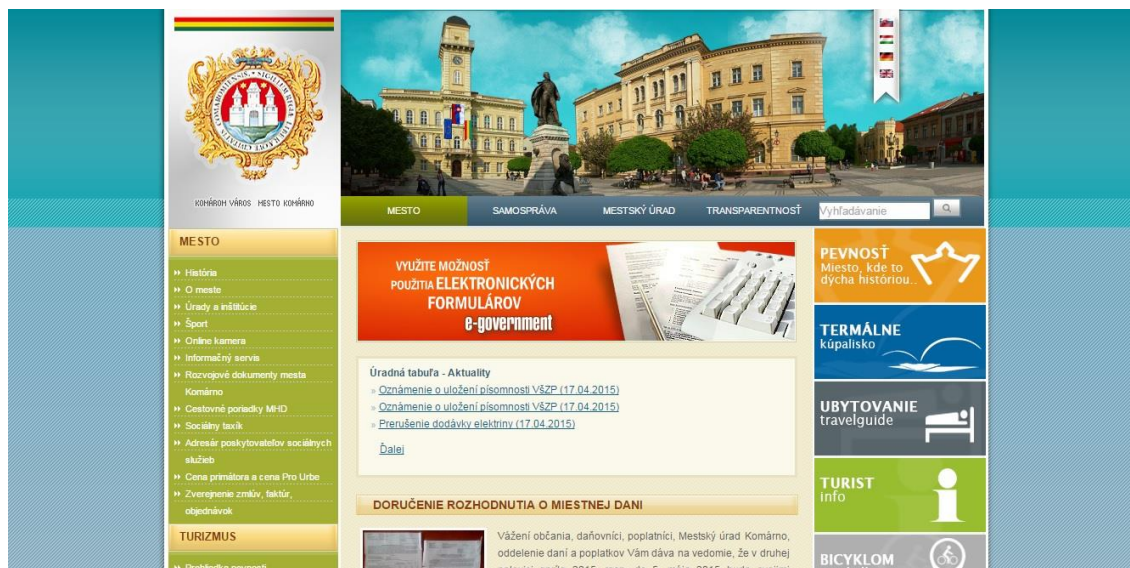
V súčasnosti v regióne neexistuje žiadna centralizovaná webová stránka cestovného ruchu, ktorá by reprezentovala región ako celok. Informácie sú len zdieľané pomocou malých prezentácií obce, každá z nich reprezentuje sám seba.

Komárno má okrem oficiálnej stránky ešte tri ďalšie stránky, kde sú hlavne politické, krimi a športové noviny. Ďalšie 37 obcí disponuje s vlastnou webovou stránkou, ale tiež je to najmä pre miestnych obyvateľov, nie pre turistov. Z 41 obcí len 3 menšie – Tôň, Bodza a Murdoňovo – nemá vlastnú webovú stránku.

Podľa objektívneho názoru budem hodnotiť vybrané webové stránky. Vytvorila som na začiatku 5 hlavných kritérií – obsah, design, štruktúra, prehľadnosť a obľúbenosť – a v každom kritérií budem bodovať od 1 až do 5, kde 1 je najhoršie a 5 je najlepšie. Všetky kritéria samozrejme hodnotím podľa pohľadu turistov.

Skúmané webové stránky regiónu:

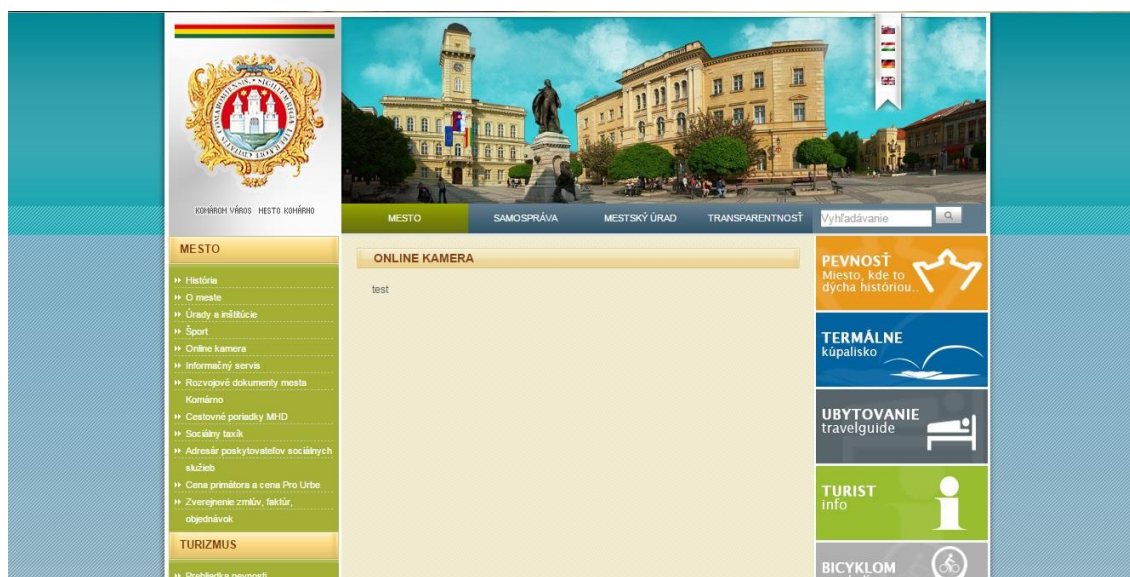
### 4.3.1 www.komarno.sk



Obr. 3 Oficiálna stránka Komárna

Zdroj: <http://www.komarno.sk/index.php?lang=slovak>

Oficiálna stránka Komárna je podľa môjho názoru určite nevhodná pre turistov. Veľmi veľa informácií nájdeme tu o vedení mesta, o rôzne zasadania zástupcov, popis úradov, histórie a mnohé reklamy. V ľavej časti stránky je hlavné menu príliš malým písmom, nie je to čitateľné pre všetkých. V pravej časti vidíme pozoruhodnosti mesta, ale tieto ikony sú len odkazy na ďalšie neefektívne stránky. Všetky tieto spomínané pozoruhodnosti majú svoju vlastnú stránku, s tým znížia efektivitu vyhľadávania. Na nasledujúcom obrázku môžeme vidieť ďalší nedostatok, druhú najväčšiu chybu na stránke, že niektoré časti ešte stále nefungujú.



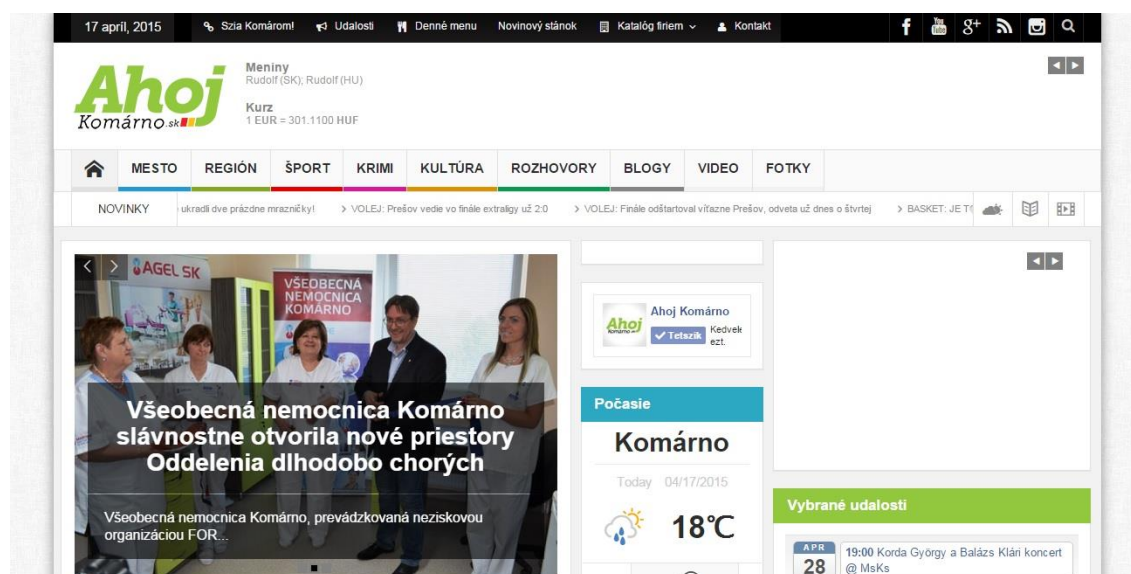
Obr. 4 Chyba na stránke Komárna

Zdroj: [http://www.komarno.sk/sk/online-kamera\\_1424.html](http://www.komarno.sk/sk/online-kamera_1424.html)

Celkove by som hodnotila stránku nasledovne:

- Obsah: pre turistov neobsahuje veľa užitočných informácií (radšej o vedení mesta, ako o atrakcie), celkom 3 body
- Design: záhlavie je pekné, avšak písmená sú niekde príliš malé, veľké prázdne priestory na boku strany, využila by som ešte viac z farieb mesta, celkom 4 body
- Štruktúra: menu je prehľadné, všetky informácie sú na správnom mieste, vhodné vyhľadávanie, celkom 4 body
- Prehľadnosť: stránka je dostupná v štyroch jazykoch, je prehľadná avšak príliš dlhá, celkom 4 body
- Oblúbenosť: podľa mňa webová stránka určite nie je určená pre turistov, ani podľa informácií, ani podľa vzhľadu, celkom 1 bod

#### 4.3.2 [www.ahojkomarno.sk](http://www.ahojkomarno.sk)



Obr. 5 Ahoj Komárno

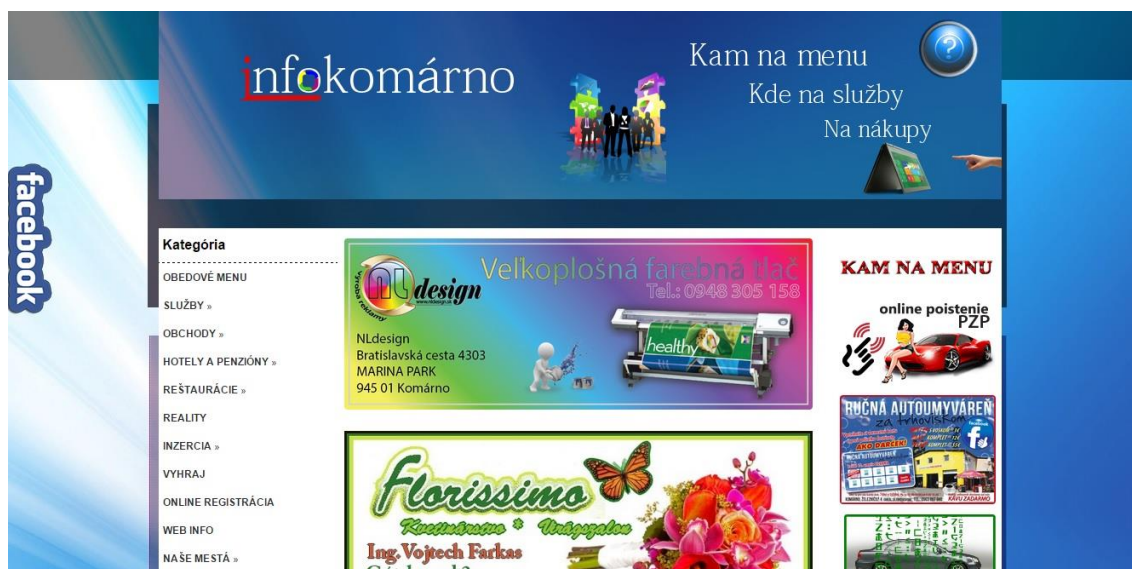
Zdroj: <http://ahojkomarno.sk/>

Stránka [ahojkomarno.sk](http://ahojkomarno.sk), ktorá je dostupná aj v maďarskej verzii [sziaikomarno.sk](http://sziaikomarno.sk), je určená pre miestnych obyvateľov. Hlavným cieľom stránky je informovať občanov o aktuálnych udalostiach okolia. Informácie sú zaradené do kategórie, ako napríklad mesto, región, atď. Žiadne dôležité informácie neposkytuje turistom, len by sme mohli spomenúť počasie, nejaké fotografie mesta a vybrané udalosti mesta. V pravej časti stránky je veľké biele pole, čo nefunguje už dávno. Spôsobí to trochu neprofesionálne. Táto webová stránka je spojená s Facebookovou stránkou (Ahoj Komárno), kde zdieľajú najdôležitejšie a najaktuálnejšie informácie s občanmi.

Hodnotenie webovej stránky:

- Obsah: ako som už spomenula skoro žiadne informácie nenájdeme tu pre turistov, nie je vhodná, aby spoznali región a aby ich prilákala navštíviť mesto a okolie, celkom 1 bod
- Design: stránka má veľmi jednoduchý design, biela farba spôsobí neutrálnu, žiadne zdôraznenie, málo obrázkov, celkom 2 body
- Štruktúra: informácie sú roztriedené do viacerých kategórií, sú zdôraznené hlavné udalosti, celkom 5 bodov
- Prehľadnosť: stránka je dobre rozčlenená a je dostupná len v slovenskom jazyku, celkom 3 body
- Oblúbenosť: určite je navštevovanejšou, ako oficiálna stránka, ale len miestne obyvateľstvo ju pozoruje, celkom 3 body

### 4.3.3 www.infokomarno.sk



Obr. 6 Informačný portál Komárna

Zdroj: <http://www.infokomarno.sk/>

Informačný portál mesta Komárna je tá najjednoduchšia stránka čo som doteraz videla. V záhlaví vidíme logo stránky a nejaké fotoilustrácie, ktoré podľa mňa ani nesúvisia s obsahom stránky. Na ľavej strane vidíme hlavné menu, ktoré je ešte rozčlenené ďalej do niekoľko kategórií. V strede hlavnej stránky čo najprv uvidíme sú reklamy, reklamy a ďalšie reklamy. Ako nedostatok stránky by som zdôraznila málo informácií, napríklad keď otvoríme menu Reštaurácie vyjde nám len 6 reštaurácií, hoci máme oveľa viac v meste. Ďalším nedostatkom podľa môjho názoru je, že ani jeden obrázok nie je umiestnený na stránke. Bohužiaľ turista by ani nevedel, ako vyzerá mesto. Okrem toho by som spomenula chybnú prázdnu stranu, čo som zachytila na nasledujúcom obrázku.



**Obr. 7** Chybná strana na portálu

Zdroj: <http://www.infokomarno.sk/infokomarno/9-WEB-INFO>

Celkové hodnotenie informačného portálu je:

- Obsah: asi táto stránka je najvhodnejším pre turistov, poskytuje adekvátne informácie, ale žiadne obrázky, celkom 4 body
- Design: je veľmi jednoduchý, ani farba, ani záhlavie nezhoduje s imagem mesta, celkom 1 bod
- Štruktúra: informácie sú dobre rozčlenené do skupiny, jednoduchá forma – záhlavie, na ľavej strane menu a v strede informácie, celkom 4 body
- Prehľadnosť: bohužiaľ portál je dostupný len v slovenskom jazyku, celkom 3 body
- Oblíbenosť: tento informačný portál nie je veľmi známy, doteraz som ani nevedela, že existuje, navyše v Google vyhľadávani pri kľúčovom slove Komárno je len na tretej stránke, celkom 1 bod

#### 4.3.4 www.komarnodnes.sk



Obr. 8 Komárno Dnes

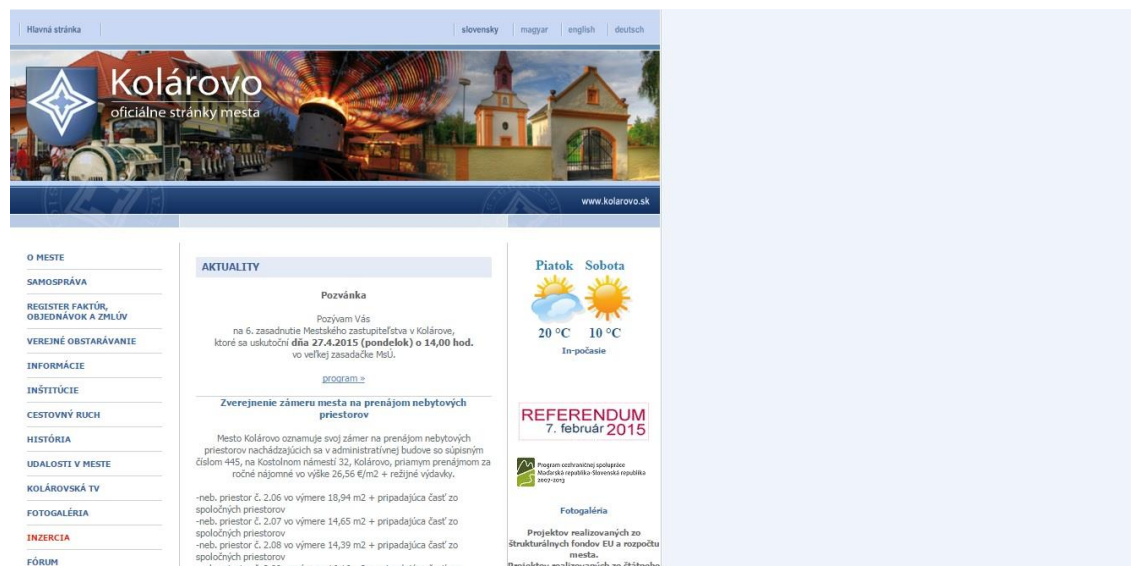
Zdroj: <http://komarnodnes.sk/>

Webová stránka Komárno Dnes je asi najmenej známa medzi občanmi regiónu Komárna. Stránka má veľmi jednoduchú štruktúru a design. Na pravej a ľavej strane informácie sú rozčlenené do niekoľko kategórií, avšak používajú príliš malé písmená. Celá stránka je nadmerne dlhá, je ťažko nájsť presne to, čo návštevník potrebuje okrem vyhľadávacieho políčka. Obrovská chyba stránky je, že hneď na domovskej stránke je chybný slogan. Na obraze to môžeme vidieť, že slovenský slogan „chýbaš tu? Bez teba to tu nie je ono!“ je v poriadku, ale pod tým po maďarsky je nesprávny. Správne by to bolo „hiányzol itt? Nélküled nem az igazi!“. Výhodou tejto stránky je, že poskytuje aktuálne informácie o udalostiach v regióne. Nájdeme tu aktuality o kultúrnych, športových a politických udalostiach.

Súhrnne hodnotenie stránky:

- Obsah: poskytuje aktuálne informácie, avšak len o udalostiach, o regióne nič dôležité, stránka neobsahuje ani fotogalériu, celkom 4 body
- Design: ako som už spomenula, má jednoduchý design, pozadie pôsobí trochu prázdne, celkom 2 body
- Štruktúra: hlavné menu je umiestené veľmi hore, je to nenápadné, na ľavej a pravej strane z informácie je príliš veľa, ťažko sa orientuje na stránke, celkom 1 bod
- Prehľadnosť: z dôvodu nevhodnej štruktúry je stránka neprehľadná a veľmi zdĺhavá, celkom 1 bod
- Obľúbenosť: najmenej populárna stránka v regióne medzi občanmi, celkom 1 bod

### 4.3.5 www.kolarovo.sk



Obr. 9 Oficiálna stránka mesta Kolárovo

Zdroj: <http://old.kolarovo.sk/main.php?lang=svk&id=uvod>

Vybrala som ešte webovú stránku mesta Kolárovo, ktoré je druhé najväčšie mesto v regióne s viac ako 10 tisícmi obyvateľmi. Webová prezentácia mesta je celkom dobrá, všetky potrebné informácie nájdeme na stránke. Aj miestne obyvateľstvo, aj turisti nájdu pre seba vhodné články. Bohužiaľ stránka ešte nie je úplná, napríklad pri vybraní menu Cestovný ruch, ďalej sekcia Príroda nám vyjde prázdna strana. Ďalej stránka obsahuje fotogalériu, ktorá je rozčlenená do niekoľko kategórií, ako napríklad rekonštrukcie ulíc, športové akcie, vianočné trhy a mnoho ďalších.

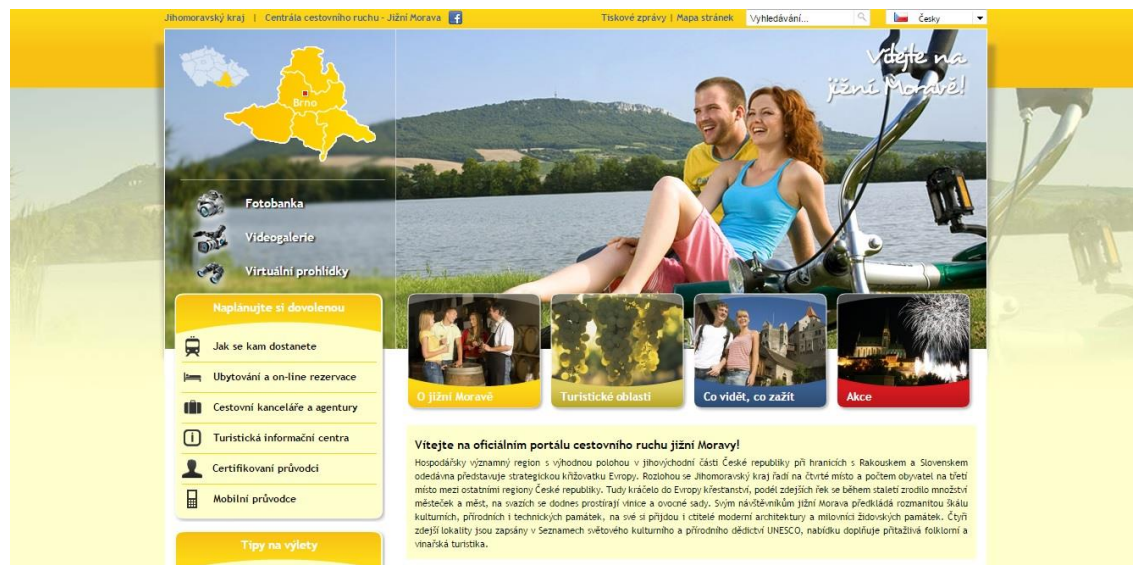
Celkové hodnotenie oficiálnej stránky mesta Kolárovo:

- **Obsah:** vyhovuje cieľom stránky, čo je informovanie tak aj miestnych obyvateľov, ako aj turistov, sú ešte malé nedostatky, ale to je možné rýchlo odstrániť, celkom 4 body
- **Design:** celkovo stránka vyzerá veľmi dobre, avšak pravá polovica je prázdna, čo spôsobí ako keby si ešte nedokončili prácu, celkom 3 body
- **Štruktúra:** hlavné menu je tak naplánované, ako to má byť, všetky informácie rozčlenené do vhodnej kategórie, celkom 5 bodov
- **Prehľadnosť:** na ľavej strane menu, na pravej strane reklamy, partneri a počasie, všetko je dobre usporiadané, navyše je dostupná v štyroch jazykoch, celkom 5 bodov
- **Obľúbenosť:** pri vyhľadávaní v Google na kľúčové slovo Kolárovo je už tretia položka, čo uľahčuje prácu turistov pre vyhľadávanie, celkom 4 body

## 4.4 Webové stránky iných regiónov

Pri hodnotení webových stránok ostatných regiónov tiež pokračujem podľa 5 kategórií, ktoré som vytvorila v predchádzajúcej kapitole 4.3. Po hodnotení podľa vlastného posudku sa vyberú tie najlepšie vytvorené prvky a zahrnú sa do môjho návrhu. Ako základ som vybrala 2 české a 2 slovenské stránky, ktoré sa mi s designom a s spracovanými prvkami najviac zapáčili.

### 4.4.1 Jižní Morava



Obr. 10 Portál Jižní Morava

Zdroj: <http://www.jizni-morava.cz/>

Portál Jižní Moravy je veľmi efektívne a profesionálne vytvorená stránka. Už aj farba, pozadie a fotografie sa pôsobia na nás pozitívne. Na ľavej strane je menu kde môžeme naplánovať hneď dovolenku, všetky potrebné atribúty sú obsahom danej časti. Ďalej v strede môžeme vybrať ešte zo štyroch kategórií podľa toho aké informácie potrebujeme. Má Facebookové prepojenie a vlastný YouTube kanál. Veľká výhoda stránky je fotobanka, video galérie a virtuálna prehládka, čo málokde vidieť.

Hodnotenie portálu:

- **Obsah:** obsahuje všetky informácie čo by turisti mohli hľadať, navyše je súčasťou stránky aj online rezervácia, celkom 5 bodov
- **Design:** používajú kvalitné fotografie, pozadie nie je jednofarebné, budí priateľský dojem, celkom 4 body
- **Štruktúra:** stránka je dobre konštruovaná, má zvlášť menu na naplánovanie dovolenky a poznávania regiónu, celkom 5 bodov
- **Prehľadnosť:** informácie sú dobre rozčlenené, menu je dobre usporiadané, a navyše je dostupná až v siedmich jazykoch, celkom 5 bodov



- Oblúbenosť: na Facebooku majú viac ako tisíc návštevníkov, vedľa toho ich YouTube kanál je tiež dosť navštevovaný, celkom 4 body

#### 4.4.2 Střední Morava



Obr. 11 Portál Střední Morava

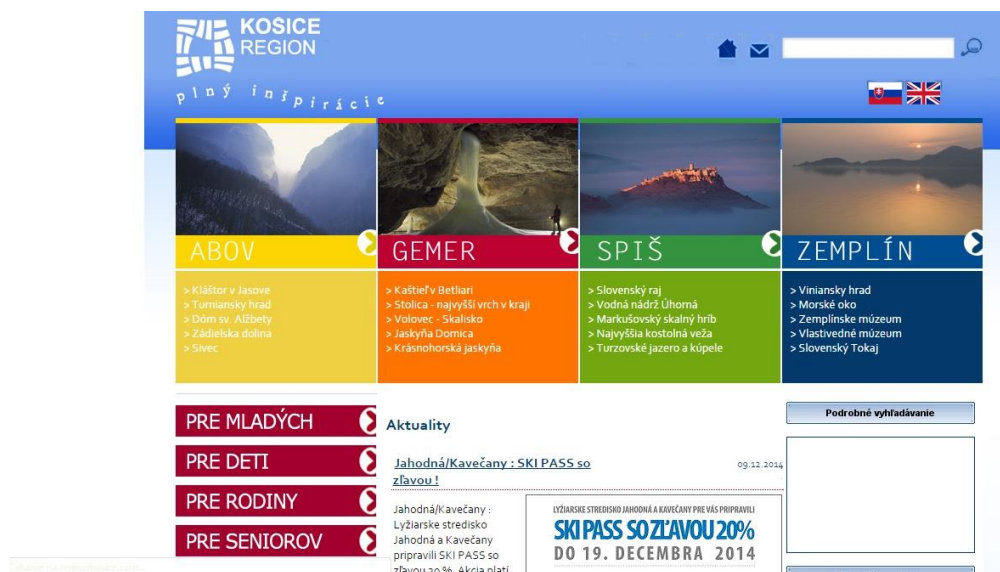
Zdroj: <http://www.strednimorava-tourism.cz/>

Webová stránka Střední Moravy je už menej profesionálne konštruovaná. Na prvý pohľad vidíme naraz mnoho informácií. Je ťažké rozhodnúť sa, ktorý by sme si zvolili. Pozadie je jednofarebné, je veľa nevyužitých priestorov. Poskytuje aktuálne informácie a aj materiály k stiahnutiu. Hneď v strede vidíme novinky a kalendár akcií, čo je vhodné riešenie ako upútavky na najbližšie sa konajúce akcie. Stránka obsahuje dôležité položky, ako sú napríklad ubytovanie, pamiatky, trasy a programy, atď. Ponúka viac druhov turistiky, každý môže nájsť tú najvhodnejšiu variantu pre seba. Aj Střední Morava má Facebookové prepojenie, čo dovoľí ešte väčšiu propagáciu regiónu.

Celkové hodnotenie skúmanej stránky:

- Obsah: všetky podstatné informácie nájdeme na stránke, ktoré by tu turista mohol hľadať, ďalej má aj fotogalériu a plánovač trasy, celkom 5 bodov
- Design: pozadie je prázdne, nevyužitý priestor, farby zodpovedajú logu, celkom 3 body
- Štruktúra: dobre rozčlenené kategórie, poskytuje priestor pre partnerov, a nie je preťažená stránka s reklamami, celkom 4 body
- Prehľadnosť: vďaka vhodnej štruktúre sa dajú rýchlo nájsť potrebné informácie, ktoré sú dobre zaradené do kategórií, vedľa toho je prístupná až v deviatich jazykoch, celkom 5 bodov
- Oblúbenosť: má tiež viac ako 1400 návštevníkov na Facebookovej stránke, celkom 4 body

### 4.4.3 Región Košice



Obr. 12 Región Košice

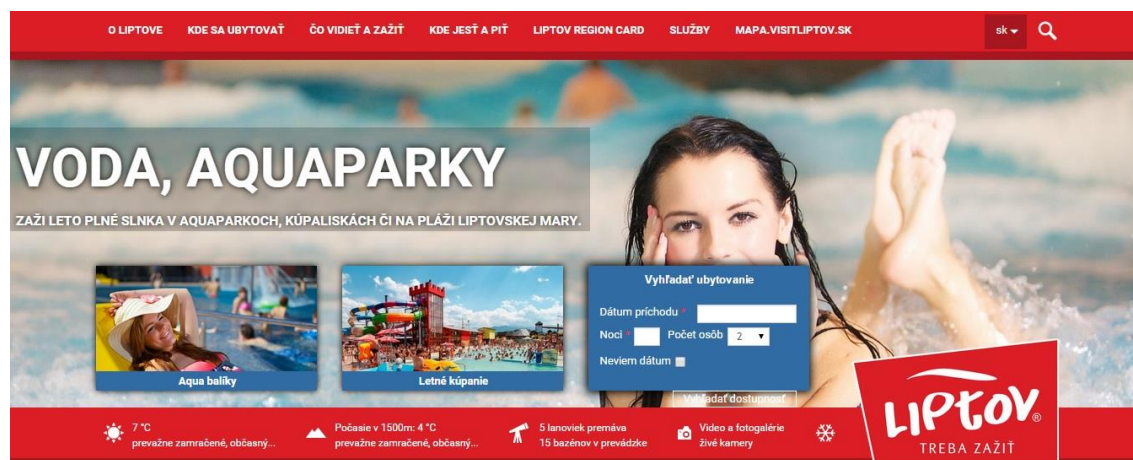
Zdroj: <http://regionkosice.com/>

Turistický regionálny informačný portál košického samosprávneho kraja je dobre štruktúrovaná stránka. Graficky je veľmi pekne spracovaná, avšak zmenila by som biele pozadie, lebo pôsobí tak chladno a prázdno. Dobrý nápad je región ešte rozdeliť do subregiónov, čomu sa odpovedá hlavné menu v strede stránky. Každý subregión je zvýraznený inou farbou a sú vypísané hlavné pozoruhodnosti v odrážkach. Nájdeme tu praktické informácie o doprave a video galériu. Atraktivity sú rozdelené podľa typu segmentov, čo pomáha k rýchlejšiemu vyhľadávaniu. Napriek tomu je tento nápad dosť rizikový, ťažko sa dajú odhadnúť všetky atraktivity presne podľa vekových kategórií. Chýba tu ešte kalendár konajúcich akcií v regióne.

Hodnotenie informačného portálu Košice:

- Obsah: poskytuje všetky potrebné informácie, ale stránka bola naposledy aktualizovaná v decembri roku 2014, celkom 3 body
- Design: zvýraznené farby u subregiónov, dobre rozčlenená stránka, pozadie biele, celkom 3 body
- Štruktúra: dobre vytvorené kategórie podľa subregiónov, najnovšie aktuality v strede, na ľavej strane priestor pre malé ankety, celkom 4 body
- Prehľadnosť: z dôvodu vhodnej štruktúry je stránka prehľadná, umožňuje rýchle vyhľadávanie, ale je k dispozícii len v dvoch jazykových mutáciách, celkom 3 body
- Oblíbenosť: podľa miniaplikácie na ľavej strane, kde je malá anketa, hlasovalo takmer 100 ľudí, v Google pri vyhľadávaní kľúčového slova Košice región je na druhej strane, celkom 2 body

#### 4.4.4 Región Liptov



Obr. 13 Portál regiónu Liptov  
Zdroj: <http://visitliptov.sk/>

Webová stránka visitliptov.sk je prvá, ktorá využíva stránku celkom, v celej šírke. V záhlaví sú veľmi kvalitné obrázky, menia sa podľa kategórií, podľa toho čo hľadáme. Ďalej stránka poskytuje online rezerváciu ubytovaní a všade pomáha mapami pre lepšiu orientáciu. Má Facebookové prepojenie a tiež poskytuje pre návštevníkov stiahnuť aplikáciu do mobilu. Nájde tu aktuálne počasie, foto a video galériu s živou kamerou a aktuálny stav lanoviek a bazénov. Obsahuje tiež dôležité zložky, ako napríklad aktuálne podujatia, čo vidieť a zažiť, informácie o regióne, poskytnuté služby regiónu a mnoho ďalších. Táto stránka je vytvorená veľmi profesionálne a efektívne, pôsobí priateľsky.

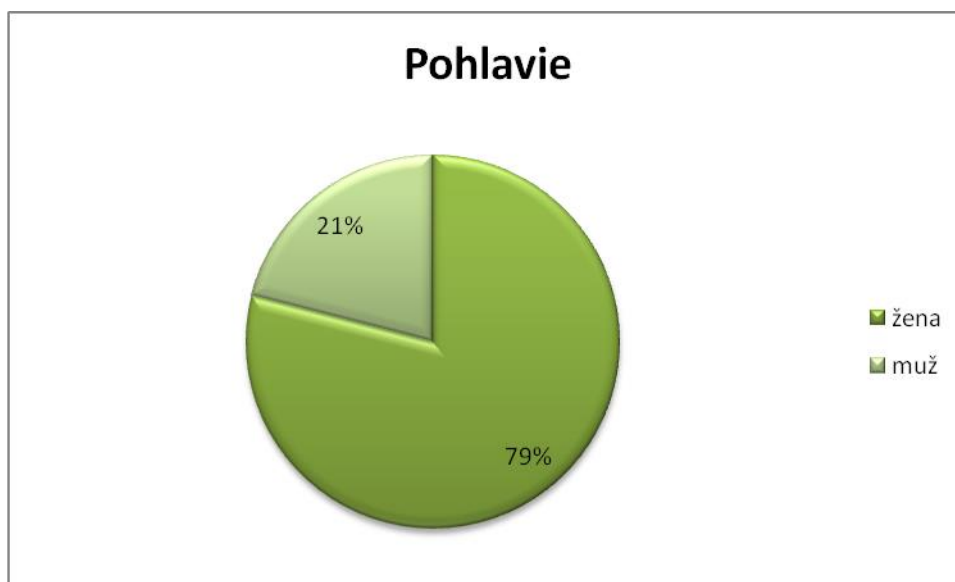
Celkové hodnotenie tejto stránky:

- Obsah: všetky tie najdôležitejšie informácie nájdeme na tejto stránke, online rezervácie a popis o všetkých atrakciách a službách, celkom 5 bodov
- Design: je plne využívaná šírka stránky, kvalitné obrázky, grafika pekne spracovaná, celkom 5 bodov
- Štruktúra: dobre rozčlenená stránka, hlavné menu je profesionálne vytvorené, má viacstupňovú štruktúru, celkom 5 bodov
- Prehľadnosť: je dostupná v štyroch jazykoch, menu je dobre rozdelené, celkom 5 bodov
- Obľúbenosť: v Google vyhľadávaní je už na štvrtom mieste, na Facebooku má viac ako 8000 návštevníkov, celkom 5 bodov

## 4.5 Vyhodnotenie dotazníkov

Cieľom dotazníku s názvom Cestovný ruch v regióne Komárno bolo zistiť medzi občanmi regiónu a okolitých miest, či je potrebné vytvoriť nový portál a ak áno, čo by na tom zdôraznili pre turistov. Výsledky dotazníka použijem pri návrhu novej stránky.

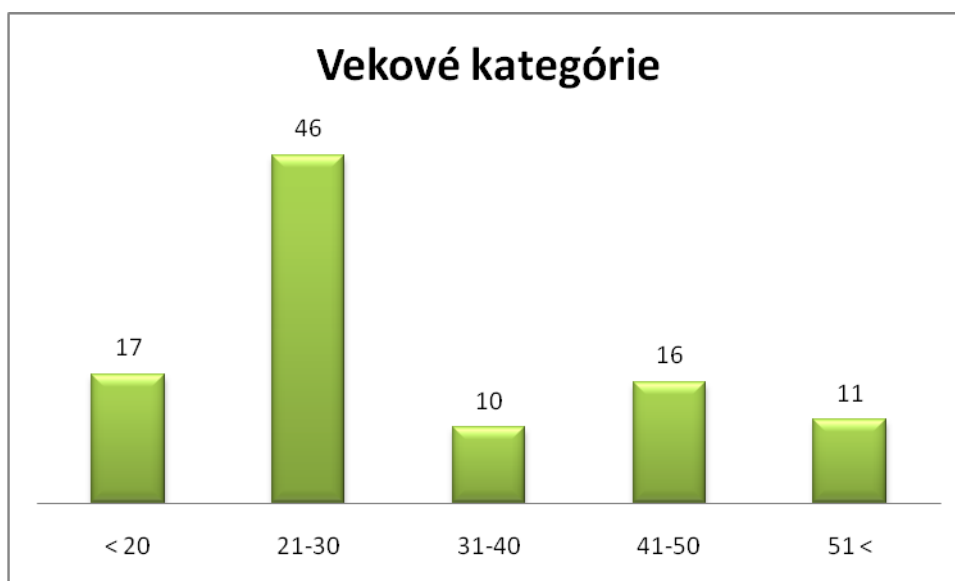
Dotazník vyplnil celkovo 100 respondentov, z toho 79 žien a 21 mužov.



Obr. 14 Rozdelenie respondentov podľa pohlavia

Zdroj: vlastný výskum

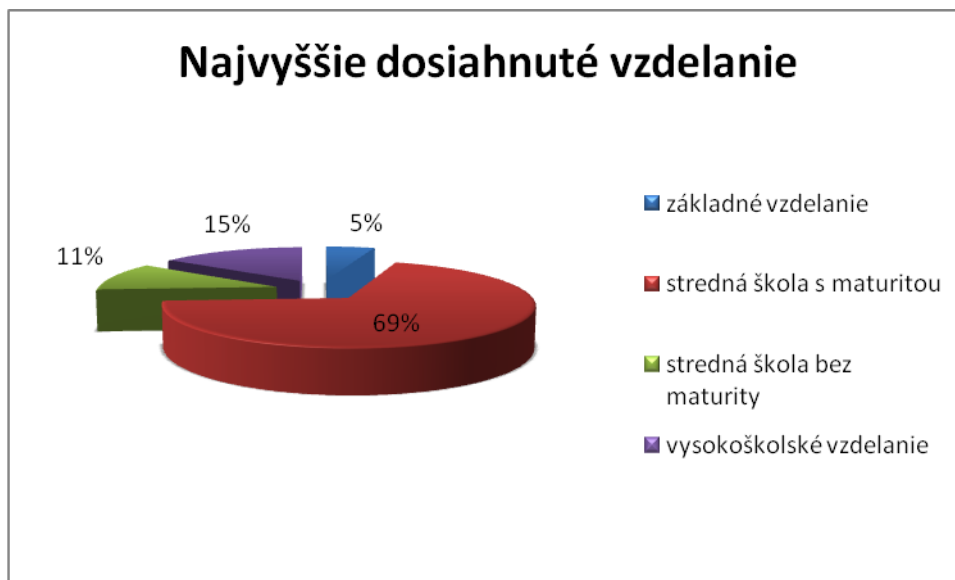
Najširšiu vekovú kategóriu z respondentov tvorili ľudia vo veku 21 až 30. Najmenšiu skupinu tvorili respondenti od 31 až 40 rokov, čo bolo 10 %.



Obr. 15 Rozdelenie respondentov podľa vekovej kategórie

Zdroj: vlastný výskum

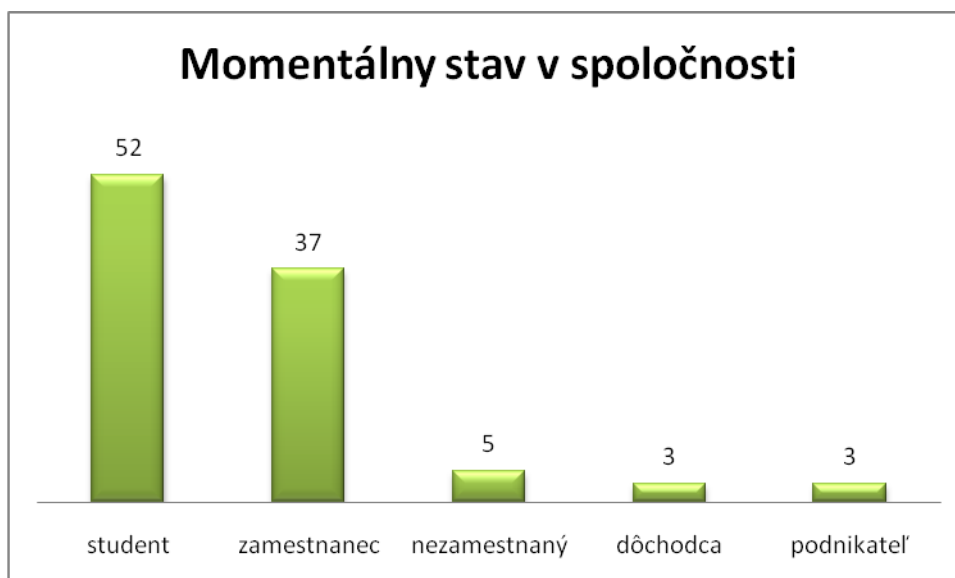
Najvyššie dosiahnuté vzdelanie predstavuje stredná škola s maturitou, čo aj vyplýva z vekovej kategórie 21 až 30. Vysokoškolské vzdelanie dosiahlo druhé miesto, 15 %.



Obr. 16 Rozdelenie respondentov podľa vzdelania

Zdroj: vlastný výskum

Dotazník vyplnili hlavne študenti, ktorí by mohli pomôcť s novými myšlienkami zobudiť náš región.



Obr. 17 Rozdelenie respondentov podľa stavu v spoločnosti

Zdroj: vlastný výskum

Najviac respondentov bolo z okresu Komárno. Celkom 84. Z okolitých regiónov boli len 1 až 2 vyplnenie, najmenej z okresu Veľkého Krtíša a Dunajskej Stredy.



**Obr. 18 Rozdelenie respondentov podľa miesta bydliska**

*Zdroj: vlastný výskum*

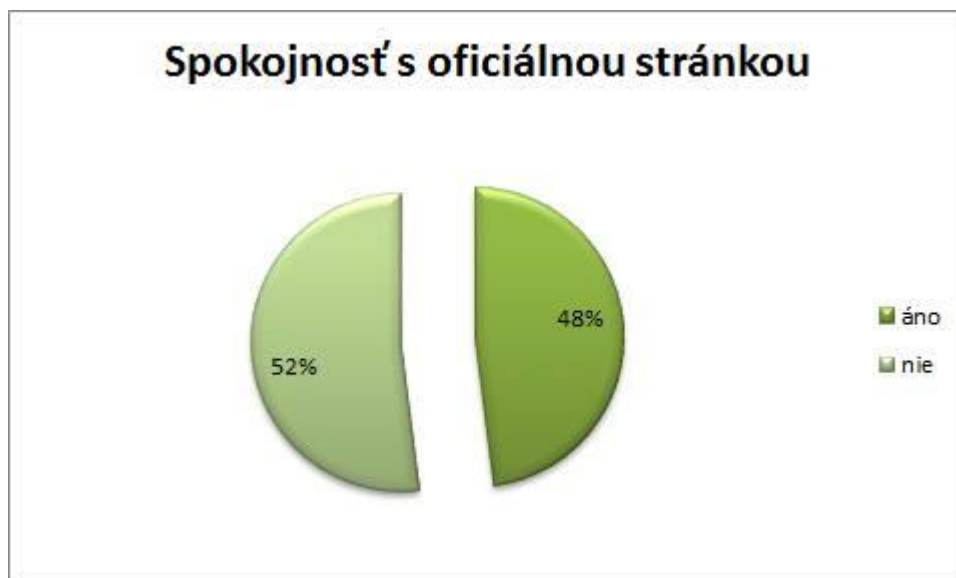
Opýtala som sa aj to, čo používajú najčastejšie pri vyhľadávaní súvisiace s cestovným ruchom. Nebola som prekvapená keď som zistila, že 85 % z respondentov používa internet ako hlavný nástroj. Prekvapivé, že v informačných centrách nikdo nehľadá informácie.



**Obr. 19 Nástroj spotrebiteľov vyhľadávania informácií v cestovnom ruchu**

*Zdroj: vlastný výskum*

Dôležitou otázkou bola, či respondent je spokojný s oficiálnou stránkou mesta Komárna. Odpovede boli skoro vyrovnané, len 52 % nie je spokojný.



**Obr. 20** Spokojnosť respondentov s oficiálnou stránkou Komárna

*Zdroj: vlastný výskum*

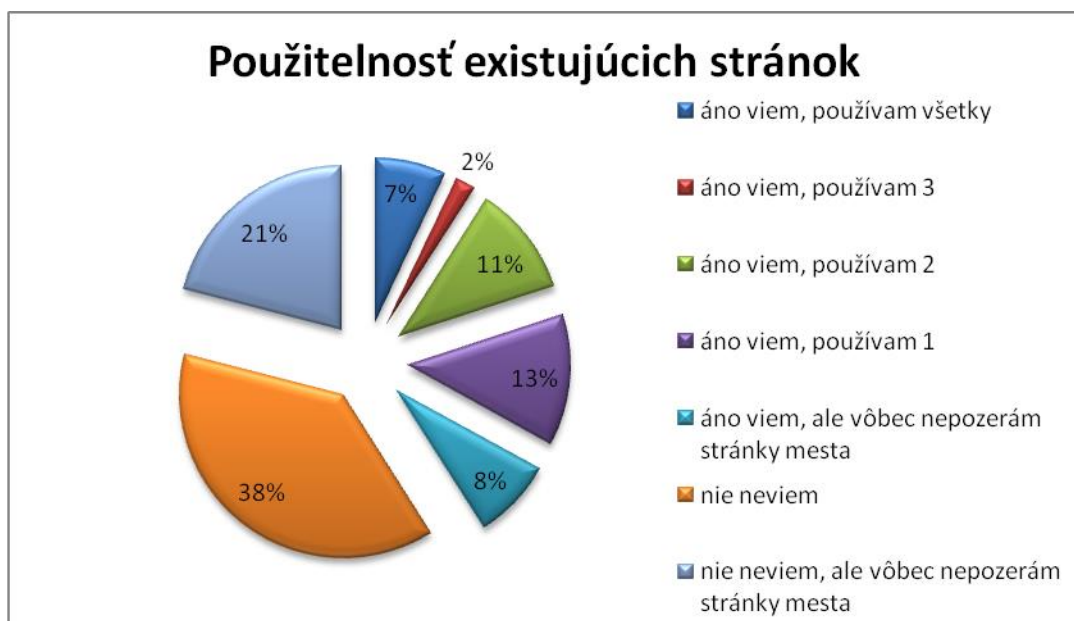
Ďalšia otázka už bola viac rozdielna. Napriek k tomu, že 48 % respondentov je spokojný s oficiálnou stránkou, 64 % si myslí, že nie je vhodná pre turistov.



**Obr. 21** Je podľa Vás stránka vhodná, aby prilákala turistov?

*Zdroj: vlastný výskum*

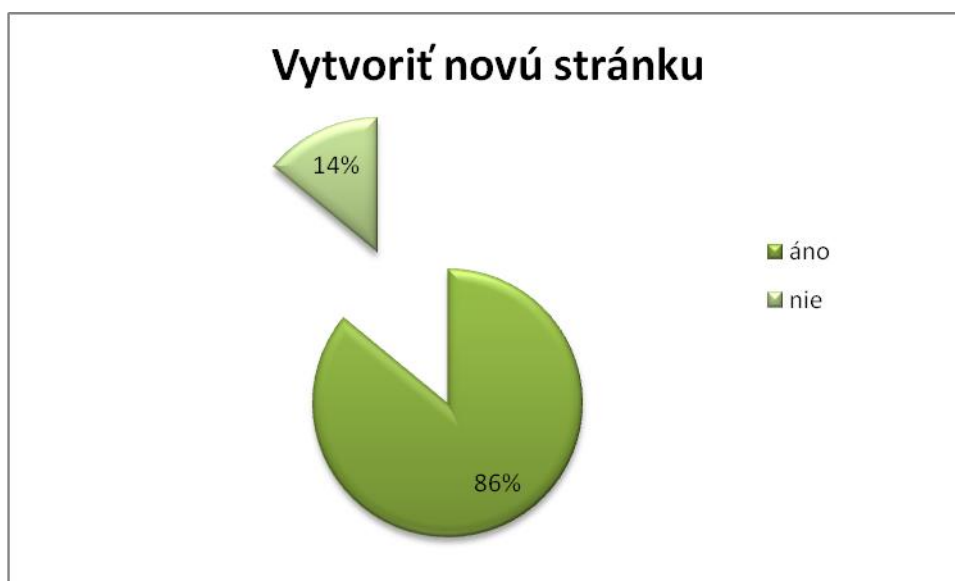
V regióne len Komárno má 4 webové stránky, ktoré som už aj vyhodnotila v predchádzajúcej kapitole 4.3. Bola som zvedavá na to, že občania koľko z nich poznajú a používajú pravidelne.



**Obr. 22** Použitelnosť stránok Komárna

*Zdroj: vlastný výskum*

Najdôležitejšou otázkou bola, či responendenti chcú dať vytvoriť novú stránku, ktorá by prilákala potenciálnych turistov. Viac ako 80 % si myslí, že by to bolo potrebné.



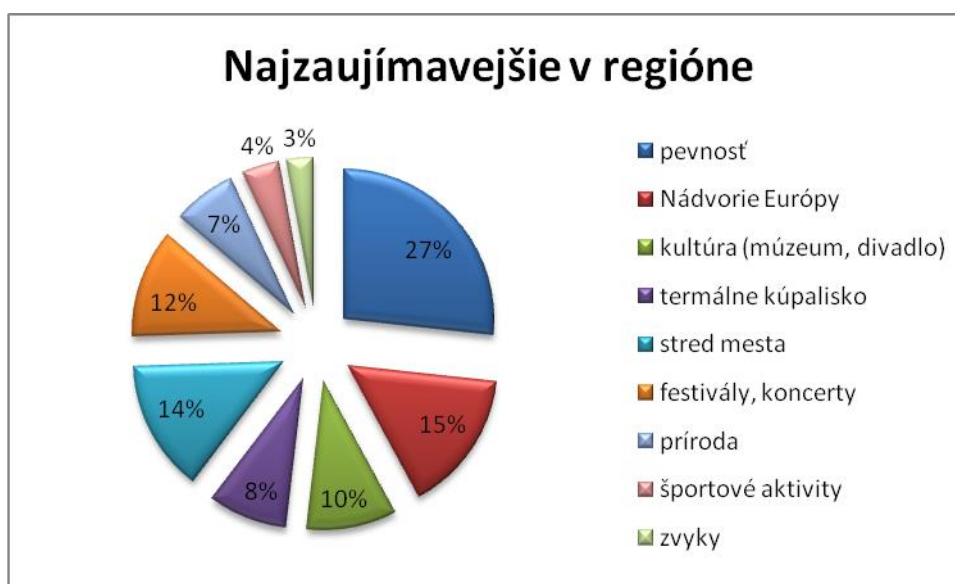
**Obr. 23** Podľa Vás by bolo dobré vytvoriť novú stránku pre turistov?

*Zdroj: vlastný výskum*

Na novej stránke by som chcela zdôrazniť naše hlavné turistické atrakcie a pozoruhodnosti, a preto som chcela vedieť, čo by považovali za najzaujímavejšie



v regióne. Úplným výhercom je pevnosť, čo symbolizuje historické dedičstvo v regióne.



**Obr. 24** Najzaujímavejšie pozoruhodnosti v regióne

Zdroj: vlastný výskum

Na základe týchto odpovedí môžeme tvrdiť, že vytvorenie novej stránky má zmysel a región má na to potenciál.

## 4.6 Návrh

V tejto časti práce je mojou úlohou navrhnúť novú stránku pre región. Táto stránka bude prvá v regióne, ktorá spája všetky obce a podporuje cestovný ruch. V predchádzajúcich kapitolách prevedené analýzy webových stránok slúžia ako inšpirácia pre novú štruktúru a design stránky.

Štruktúru som vytvorila čo najjednoduchšiu, aby všetci návštevníci našli rýchle a bez problémov informácie, čo potrebujú. Hlavné menu budú tvoriť nasledujúce kategórie:

- O regióne
- Kde sa ubytovať
- Kde jesť a piť
- Čo vidieť a zažiť
- Služby
- Fotogaléria

Prvá kategória „O regióne“ zahŕňa všetky základné informácie o samotnom regióne. Návštevníci nájdu tu popis všetkých miest a obcí, mapu a najnovšie podujatia konajúce sa v regióne. Túto kategóriu si rozdelím na ďalších 5 podkategórií podľa informácií, ktoré sú:

- Informácie o regióne

- Mestá a obce
- Interaktívna mapa
- Podujatia
- Tlačové správy

Druhá kategória „*Kde sa ubytovať*“ informuje návštevníkov o možnostiach ubytovania sa v regióne a umožní online rezerváciu ubytovania hneď pri vyhľadávaní. Tiež je rozčlenená do 2 podkategórií:

- Zoznam ubytovacích zariadení
- Rezervácia online

V sekcii „*Kde jesť a piť*“ návštevníci nájdu informácie o stravovaní, kde sa dajú ochutnať dobré pívá a vína alebo kam sa večer vybrať. Bude k dispozícii zoznam všetkých stravovacích zariadení v regióne. Podkategórie sú:

- Reštaurácie a kaviarne
- Hospody
- Denné menu
- Nočný život

Ďalšia sekcia bude mať názov „*Čo vidieť a zažiť*“. Kategóriu budú tvoriť informácie o rôznych kultúrnych a zábavných akciách, o možnostiach kúpania sa, o športových udalostiach, o pamiatkach. Tipy na výlety uľahčia turistom organizovať ich výlet v regióne. Kategóriu tvoria:

- Kultúra, umenie a zábava
- Kúpanie a wellness
- Príroda
- Pamiatky
- Šport a voľný čas
- Zvyky
- Tipy na výlety
- Prístav

V piatej kategórii „*Služby*“ by boli informácie, ktoré sa týkajú primárne nakupovania a doprave v regióne. Celkove bude rozdelená do 5 podkategórií:

- Informačné centrá
- Obchody
- Servis
- Požičovňa aut a taxislužba
- MHD

Poslednú kategóriu bude tvoriť „*Fotogaléria*“, kde návštevníci nájdu kvalitné fotografie o regióne roztriedené podľa obcí.

V nasledujúcej tabuľke sú zachytené celé hlavné menu i všetky podkategórie prehľadne.

Tab. 3 Kategórie v štruktúre webovej stránky

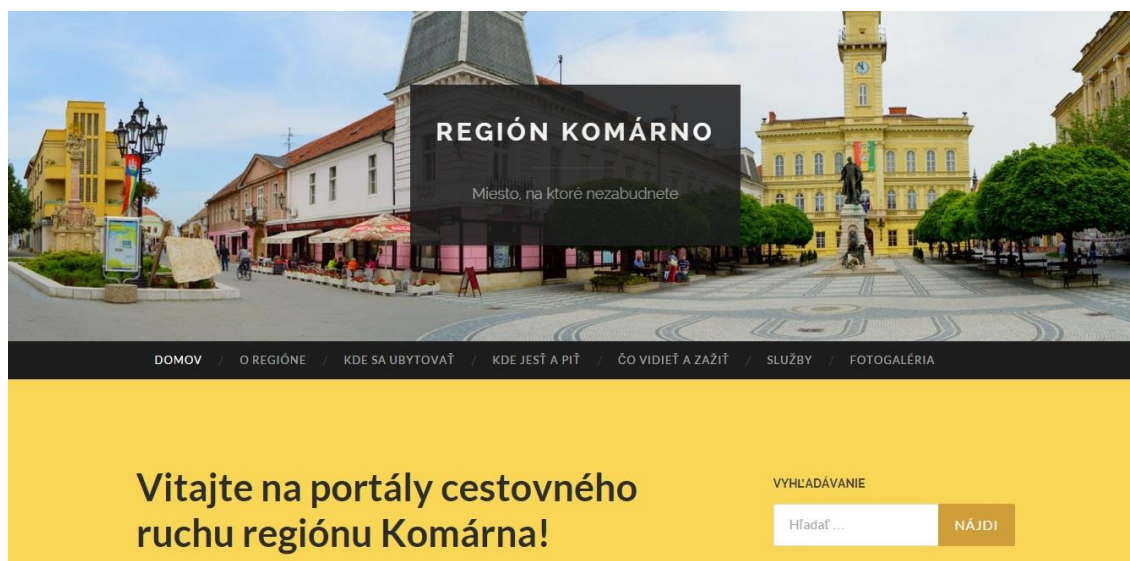
O regióne	Kde sa ubytovať	Kde jesť a piť	Čo vidieť a zažiť	Služby	Fotogaléria
Informácie o regióne	Zoznam ubytovacích zariadení	Reštaurácie a kaviarne	Kultúra, umenia a zábava	Informačné centrá	
Mestá a obce	Rezervácia online	Hospody	Kúpanie a wellness	Obchody	
Interaktívna mapa		Denné menu	Príroda	Servis	
Podujatia		Nočný život	Pamiatky	Požičovňa aut a taxislužba	
Tlačové správy			Šport a voľný čas	MHD	
			Zvyky		
			Tipy na výlety		
			Prístav		

Zdroj: vlastné spracovanie

Samotný návrh webovej stránky som vytvorila pomocou redakčného systému Wordpress. Preto som si zvolila Wordpress, lebo je bezplatný a užívateľsky prívetivý. Názov stránky je samozrejme Región Komárno a je dostupná z <https://regionkomarno.wordpress.com/>. Zvolila som jednu šablónu, ktorá najlepšie odpovedala mojej predstavy a preformovala som to podľa môjho vkusu. Na stránke som používala iba svoje vlastné fotografie.

Bohužiaľ, bezplatná forma Wordpress je veľmi viazaná, niektoré úpravy sú len dostupné v platenej verzii. Bezplatná verzia nedovoľuje zmeniť typ písma, čo je hlavne problém u písmena č, ť, ľ, ň, š, ktoré sú tučne zvýraznené. Tiež chýbajú ešte jazykové mutácie, zatiaľ je prístupná len v slovenčine.

Stránka je zatiaľ len návrh, sú ešte malé chyby, ktoré sa dajú odstrániť iba v platenej verzii. Mojim hlavným cieľom bolo zrealizovať moju predstavu, hlavne čo sa týka štruktúry a obsahu stránky. Návštevník môže na stránke nájsť základné a hlavné informácie o regióne, o aktivitách konajúcich sa v nich, o najžiadanejších informáciách pre turistov, o kultúrnych, historických a prírodných atraktivitách, možnosti ubytovania sa a stravovania.



Obr. 25 Záhlavie strany

Zdroj: <https://regionkomarno.wordpress.com/>



Obr. 26 Domovská strana

Zdroj: <https://regionkomarno.wordpress.com/>

Ďalšie obrázky sú priložené v prílohe B.

## 5 Diskusia

Pomocou analýzy a výskumu sa dokázalo potvrdiť, že tento región má svoj potenciál v oblasti cestovného ruchu. Nielen samotné mesta, ale tiež jeho okolie, kde nájdeme mnoho známych prírodných a kultúrnych pamiatok. Región má dobré umiestnenie na hranici s Maďarskou republikou, čo by ešte vzpružilo turistiku a návštevnosť. Ponuka regiónu je mnohostranná, nájdeme tu od pamiatok cez športové aktivity až po kúpaliská všetko.

Z toho vyplýva, že tento región určite stojí za navštívenie. Preto je podľa mňa nutné, aby to bolo propagované ešte lepšie, aby prilákal omnoho viac turistov. Podľa dotazníkov som zistila, že hlavný nástroj pri vyhľadávaní informácií o rôznych destináciách je internet. Z tohto dôvodu je potrebné vytvoriť taký webový portál, ktorý zahŕňa všetky zaujímavé miesta v regióne. Viac ako 85 % opýtaných respondentov považuje za vhodné vytvoriť tento portál, lebo existujúce stránky sú celkovo nevyhovujúce.

Táto nová webová stránka by doniesla ako prínos vyššiu viditeľnosť regiónu, zvýšenie navštevovanosti a zverejnenie ponuky cestovného ruchu. V budúcnosti by sa aj zvýšili príjmy plynúce z oblasti cestovného ruchu, ktoré by pomohli na ďalší rozvoj v regióne. Webová stránka by umožnila turistom spoznať tento región a na základe získaných informácií rozhodnúť sa navštíviť a zvoliť ako cieľovú destináciu dovolenky.

Webová prezentácia regiónu, ako nástroj marketingovej propagácie, je v dnešnej dobe veľmi dôležitá. V súčasnosti väčšina ľudí hľadá informácie o potenciálnych destináciách na internete a navštevuje konkrétne webové prezentácie mesta a obcí. Aby stránka dosiahla svoj cieľ (viditeľnosť, zvýšenie návštevnosti) musí byť tiež propagovaná. Pomocou SEO optimalizácie stránok sa portál môže dostať do lepšej pozície pri vyhľadávaní, doplnenie vhodných kľúčových slov by uľahčilo a urýchlilo vyhľadávanie. V spolupráci s okolitými regiónmi bude stránka propagovaná pomocou tzn. backlinkov, ktoré umožňujú zvýšenie povedomia a návštevnosti. Ďalej budú umiestnené odkazy na stránkach našich partnerských miest, ktoré sú Blansko, Terezín a Kralupy na Vltavou v Českej republike, Komárom v Maďarsku, Lieto v Fínsku, Sebes v Rumunsku a Weissenfels v Nemecku. Bude poskytnutý priestor aj pre komerčné služby, ktoré by znížili náklady na udržanie portálu.

V budúcnosti by bolo dobré vytvoriť prepojenie so sociálnou sieťou Facebook, ktorá je v dnešnej dobe veľmi populárna. Ďalšou aktivitou pre rozvoj by mohlo byť vytvorenie aplikácie pre mobilné telefóny, ktorá by umožnila pri návšteve pre turistov lepšie zorientovať sa v regióne.

## 6 Záver

Cieľom mojej práce bolo navrhnúť webový portál pre región Komárno. Dôvodom je podpora rozvoja cestovného ruchu.

Na základe preštudovanej literatúry som bližšie zoznámila sa s možnosťami propagácie a informačných technológií, ktoré sú potrebné na vytvorenie efektívnej stránky.

Podkladom pre spracovanie návrhu je hlavne situačná analýza regiónu, v ktorom som zistila faktory ovplyvňujúce rozvoj cestovného ruchu. Podľa faktorov som zistila potenciál regiónu, ktorý som zdôraznila potom na navrhnutej stránke. Ďalším podkladom boli analýzy už existujúcich stránok v regióne a konkurenčných portálov, kde som sledovala hlavne obsah, štruktúru a design, ktoré pomohli vytvoriť efektívnu stránku.

Ďalšia dôležitá časť bol dotazníkový prieskum, z čoho som zistila hlavne od obyvateľov regiónu, že považujú za dobrý nápad vytvoriť tento portál a vidia potenciál v regióne, aby prilákal turistov. Všetky zistené údaje sú zachytené v grafoch a sú okomentované.

Navrhnutá štruktúra je rozčlenená do viacerých kategórií, ktoré pomôžu návštevníkom lepšie zorientovať sa. Tieto hlavné kategórie sú ďalej rozčlenené do podkategórií, aby užívateľ čo najrýchlejšie našiel informácie, ktoré práve potrebuje. Kategória *O regióne* podáva všetky základné informácie. V kategórii *Kde sa ubytovať* sú vymenované všetky možnosti ubytovania sa v regióne a umožní rezerváciu online. Ďalšia kategória *Kde jesť a piť* obsahuje zoznam stravovacích zariadení v regióne. Atraktivity a tipy na výlet sú zachytené v kategórii *Čo vidieť a zažiť*. Služby, ktoré ponúka región sú dostupné v sekcii *Služby*. Posledná je *Fotogaléria*, kde sa dá pozrieť kvalitné fotografie. Štruktúra je vytvorená logicky a prehľadne, aby prilákala turistov a prezentovala tie najzaujímavejšie atraktivity v okolí. Aby som mohla lepšie ilustrovať moje nápady o novej stránke, vytvorila som môj návrh pomocou Wordpress, ktorá slúži ako podklad v budúcnosti vytvorenej oficiálnej stránke regiónu.

Verím, že táto práca sa môže stať dobrým podkladom pre vytvorenie portálu regiónu. Návrh bude predaný príslušným osobám, ktorí sa zaoberajú s propagáciou okresu. Dúfam, že výsledky tejto práce budú znamenať úžitok pre región a za pár rokov bude zase živý a plný vitalitou.

## 7 Literatúra

- BLAŽKOVÁ, M. *Jak využít internet v marketingu: krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 156 s. Manažer. ISBN 80-247-1095-1.
- DUYNE, D. K. V., LANDAY, J. A., HONG, J. I. *Návrh a tvorba webů: vytváříme zákaznický orientovaný web*. Vyd. 1. Brno: CP Books, 2005, 672 s. ISBN 80-251-0508-3.
- Európska databanka: Štatistika návštevnosti databázy Európskej databanky. [online]. 2011 [cit. 2015-04-25]. Dostupné z: [http://www.hbi.cz/pages/data/files/statistika\\_navstevnosti\\_edb\\_300611.pdf](http://www.hbi.cz/pages/data/files/statistika_navstevnosti_edb_300611.pdf)
- FORET, M., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch v regionálním rozvoji*. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013. ISBN 978-80-7375-739-7.
- GAY, R., CHARLESWORTH A., ESEN R. *Online marketing: a customer-led approach*. 1. vyd. New York: Oxford University Press, 2007, xvii, 538 p. ISBN 978-019-9265-855.
- GOELDNER, Ch. R., RITCHIE B. *Cestovní ruch: Principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014, xviii, 545 s. ISBN 978-80-251-2595-3.
- HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-807-3731-076.
- International Labour Organization: *Employment in the tourism industry to grow significantly*. [online]. 2011 [cit. 2015-04-13]. Dostupné z: [http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/WCMS\\_157893/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/global/publications/magazines-and-journals/world-of-work-magazine/articles/WCMS_157893/lang--en/index.htm)
- JANOUCHEK, V. *333 tipů a triků pro internetový marketing: [sbírka nejužitečnějších informací, postupů a technik]*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, 278 s. ISBN 978-80-251-3402-3.
- JANOUCHEK, V. *Internetový marketing: [sbírka nejužitečnějších informací, postupů a technik]*. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014, 376 s. ISBN 978-80-251-4311-7.
- KIRÁLOVÁ, A. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, 173 s. ISBN 80-861-1956-4.
- KUBÍČEK, M. *Velký průvodce SEO: jak dosáhnout nejlepších pozic ve vyhledávačích*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, 318 s. ISBN 978-80-251-2195-5.
- Mestská a obecná štatistika. [online]. 2009 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z: <http://app.statistics.sk/mosmis/sk/run.html>
- NONDEK, L., ŘENČOVÁ L. *Internet a jeho komerční využití*. 1. vyd. Praha: Grada, 2000, 117 s. Manažer. ISBN 80-716-9933-0.
- Okres Komárno. [online]. 2012 [cit. 2015-04-25]. Dostupné z: [http://www.telecom.gov.sk/index/open\\_file.php?file=regrozvoj/dokumenty/MDZ/NSK/Kom\\_Erno.pdf](http://www.telecom.gov.sk/index/open_file.php?file=regrozvoj/dokumenty/MDZ/NSK/Kom_Erno.pdf)

- ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-808-5970-685.
- Pons Danubii: *Cyklotrasy v regióne* [online]. 2014. [cit. 2015-05-09]. Dostupné z: <http://www.ponsdanubii.eu/sk/cyklotrasy-v-regione/>
- Portál slovenských miest a obcí: Erb mesta Komárna. [online]. 2010 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z: <http://www.mesta-obce.sk/nitriansky-kraj/okres-komarno/komarno/>
- PROCHÁZKA, D. *SEO: cesta k propagaci vlastního webu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 144 s. Průvodce (Grada). ISBN 978-80-247-4222-9.
- Regionálna rozvojová agentúra: Informačná databáza o území v pôsobnosti prijímateľa na rok 2012. [online]. 2013 [cit. 2015-04-25]. Dostupné z: <http://rrakn.sk/2013/02/14/informacna-databaza-o-uzemi-v-posobnosti-prijimatela-na-rok-2012-lau-1-uroven-okresu/>
- RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3. rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009, 187 s. Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6.
- RYGLOVÁ, K., BURIAN M., VAJČNEROVÁ I. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- Slovenská republika. Zákon o podpore regionálneho rozvoja. In: Zbierka zákonov č. 539/2008. 2008, 193. Dostupné z: [http://www.zbierka.sk/sk/predpisy/zakon-539-2008-z-z.p-32651.html?aspi\\_hash=NTM5LzlwMDggWi56Lg](http://www.zbierka.sk/sk/predpisy/zakon-539-2008-z-z.p-32651.html?aspi_hash=NTM5LzlwMDggWi56Lg)
- Štatistický úrad Slovenskej republiky: Počet obyvateľov. [online]. 2014 [cit. 2015-04-18]. Dostupné z: [http://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/dbc8e649-265f-4b94-a1fb-150ab3d32726/2013\\_LAU2\\_sk.pdf?MOD=AJPERES](http://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/dbc8e649-265f-4b94-a1fb-150ab3d32726/2013_LAU2_sk.pdf?MOD=AJPERES)
- Štatistický úrad Slovenskej republiky: Základné údaje zo sčítania obyvateľov, domov a bytov 2011. [online]. 2013 [cit. 2015-04-21]. Dostupné z: [http://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/24f55d64-60e7-46c0-b4ac-af50cb896fab/Zakladne\\_udaje\\_zo\\_Scitania\\_obyvatelov\\_domov\\_a\\_bytov\\_2011\\_obyvatelstvo\\_podla\\_narodnosti.pdf?MOD=AJPERES&attachment=true&CACHE=NONE&CONTENTCACHE=NONE](http://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/24f55d64-60e7-46c0-b4ac-af50cb896fab/Zakladne_udaje_zo_Scitania_obyvatelov_domov_a_bytov_2011_obyvatelstvo_podla_narodnosti.pdf?MOD=AJPERES&attachment=true&CACHE=NONE&CONTENTCACHE=NONE)
- ZELENKA, J., PÁSKOVÁ M. *Výkladový slovník cestovního ruchu: soubor studijních materiálů*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.



# Prílohy

## A Dotazník

*Cestovný ruch v regióne Komárno / Komáromi régió idegenforgalma*

Vážený respondent,

Som študentkou Mendlovej univerzity v Brne, odbor Management cestovného ruchu. Prosím Vás o chvíľku času na vyplnenie môjho dotazníka. Dotazník je smerovaný na potrebu vytvorenia webovej stránky pre okres Komárno. Dotazník je anonymný, zaberie maximálne 5 minút. Vopred Vám ďakujem za Váš čas!

Kedves válaszoló,

A brünni Mendel Egyetem diákja vagyok, Idegenforgalmi menedzsment szakon. Szeretném megkérni, hogy szánjon rá egy kis időt a kérdőívem kitöltésére. A kérdőív anonim, maximálisan 5 percet vesz igénybe. Előre is köszönöm!

\*Povinný

Vaše pohlavie / Neme \*

- žena/nő
- muž/férfi

Váš vek / Életkor \*

- < 20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51 <

Vaše najvyššie dosiahnuté vzdelanie / Legmagasabb végzettség \*

- základné / alap
- stredná škola bez maturity / középiskola érettségi nélkül
- stredná škola s maturitou / középiskola érettségivel
- vysokoškolské vzdelanie / főiskolai végzettség

Momentálne ste / Jelenleg Ön \*

- podnikateľ / vállalkozó
- nezamestnaný / munkanélküli
- zamestnanec / munkavállaló
- dôchodca / nyugdíjas
- student / diák

Odkiaľ ste? / Honnan származik? \*

Prosím uveďte presne mesto alebo okres v poli ostatné. / Az egyéb választási lehetőségnél kérem tüntesse fel vagy a várost vagy a járást.

- Okres Komárno / Komáromi járás
- Zahraničie / Külföld
- Ostatné:

Čo používate najčastejšie pri vyhľadávaní informácií súvisiacich s cestovným ruchom? / Idegenforgalommal kapcsolatos információk kereséséhez mit használ? \*

- Internet

- informačné centrum / információs központ
- noviny, knihy / újság, könyv
- cestovné kancelárie a agentúry / utazási irodák
- televízia, rádio / televízió, rádió
- letáky / szórólap
- odporúčanie od známych / ismerős ajánlása
- Ostatné:

Ste spokojný s oficiálnou stránkou Komárna? / Meg van elégedve Komárom hivatalos oldalával? \*

<http://www.komarno.sk/index.php?lang=slovak>

- áno / igen
- nie / nem

Je podľa Vás stránka vhodná, aby prilákala turistov? Megfelelő az oldal arra, hogy turistákat vonzon a régióba? \*

- áno / igen
- nie / nem

Viete, že Komárno má 4 stránky? Kol'ko z nich používate pravidelne pre získanie informácií? / Tudta, hogy Komáromnak 4 internetes oldala is van? Hányat használ rendszeresen információ keresésre? \*

[komarno.sk](http://komarno.sk) [ahojkomarno.sk](http://ahojkomarno.sk) [komarnodnes.sk](http://komarnodnes.sk) [infokomarno.sk](http://infokomarno.sk)

- áno viem, používam všetky / igen tudom, mindet használok
- áno viem, používam 3 / igen tudom, 3-t használok
- áno viem, používam 2 / igen tudom, 2-t használok
- áno viem, používam 1 / igen tudom, 1-et használok
- áno viem, ale vôbec nepozerám stránky mesta
- nie neviem / nem tudtam
- nie neviem, ale vôbec nepozerám stránky mesta / nem tudtam, de nem is nézem a város oldalát
- Ostatné:

Podľa Vás by bolo dobré vytvoriť novú stránku pre turistov? / Ön szerint hasznos lenne a turisták számára egy új weboldalat készíteni? \*

nie iba pre mesta ale aj pre celý okres / nemcsak a város de a járás számára is

- áno / igen
- nie / nem

Čo je podľa Vás najzaujímavejšie v okrese? / Ön szerint mi a legérdekesebb a járásban? \*

- pevnosť / erőd
- termálne kúpalisko / termálfürdő
- stred mesta / városközpont
- Nádvorie Európy / Európa udvar
- kultúra (múzeum, divadlo) / kultúra (múzeum, színház)
- príroda / természet
- športové aktivity / sportolási tevékenységek

- festivály, koncerty
- zvyky / hagyományok
- Ostatné:

Čo by ste zdôraznili na novej stránke? / Mit emelne ki az új weboldalon? \*

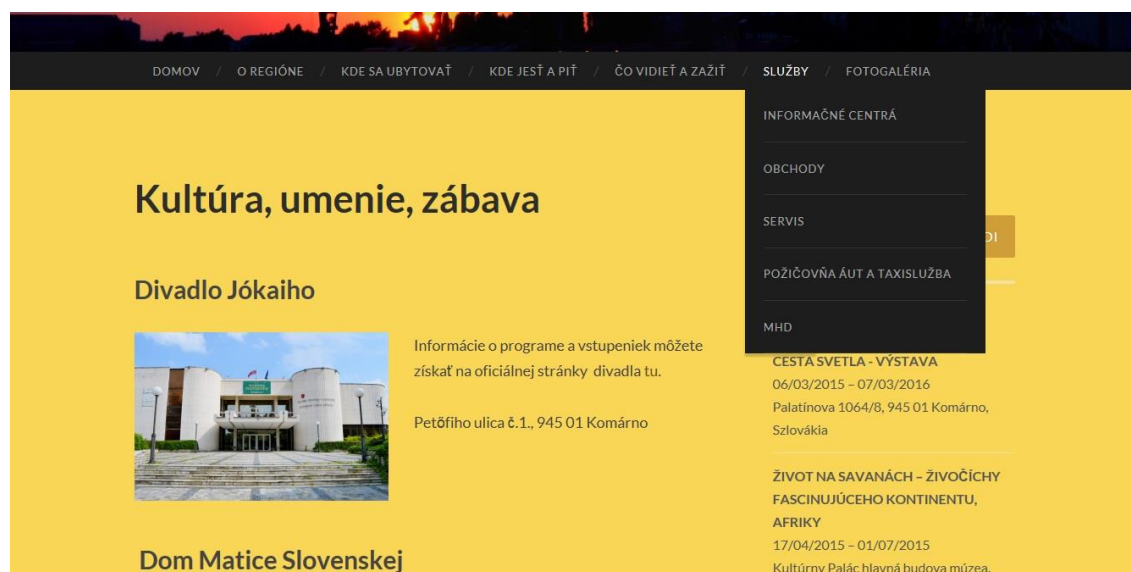
klúčové slová (kúpalisko, ubytovacie zariadenia, nočný život...)/ kulcsszavak  
(strand, szálláslehetőség, éjjeli élet...)

.....

Poznámky / Megjegyzések

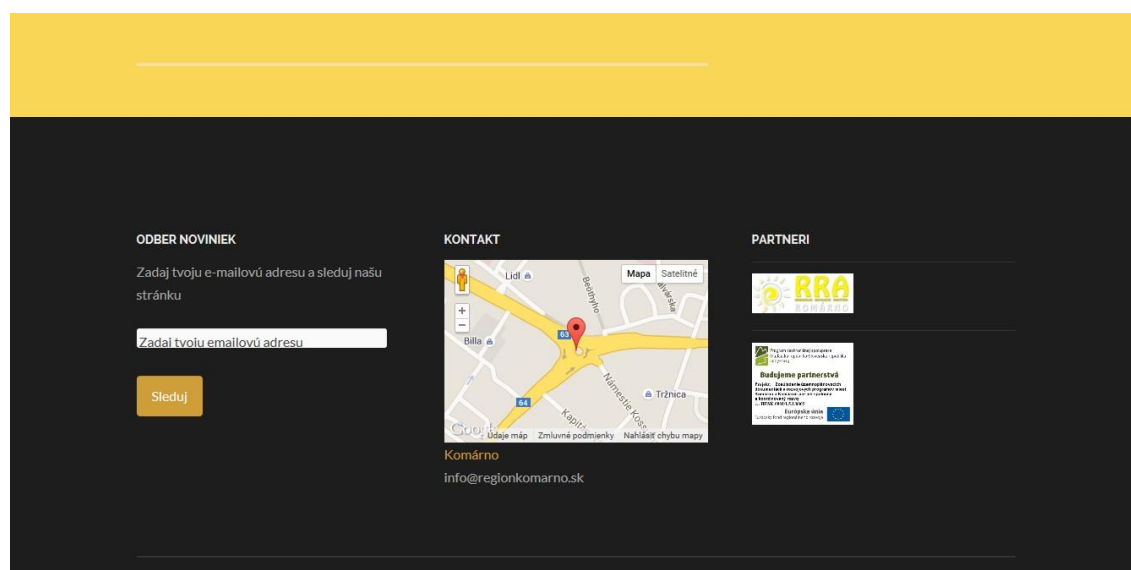
.....

## B Vlastná webová stránka



Obr. 27 Strana kultúry a zábavy

Zdroj: <https://regionkomarno.wordpress.com/co-vidiet-a-zazit/kultura-umenie-zabava/>





Obr. 28 Dolná časť


Zdroj: <https://regionkomarno.wordpress.com/>

## Reštaurácie a kaviarne

**3 Tripl's**

**Restaurant Garden**



VYHLADÁVANIE

Hľadať ... **NÁJDI**

---

AKTUÁLNE UDALOSTI

**CESTA SVETLA - VÝSTAVA**  
06/03/2015 – 07/03/2016  
Palatínova 1064/8, 945 01 Komárno, Szlovákia

**ŽIVOT NA SAVANÁCH - ŽIVOČÍCHY FASCINUJÚCEHO KONTINENTU, AFRIKY**  
17/04/2015 – 01/07/2015  
Kultúrny Palác hlavná budova múzea, Palatínová 13, Komárno

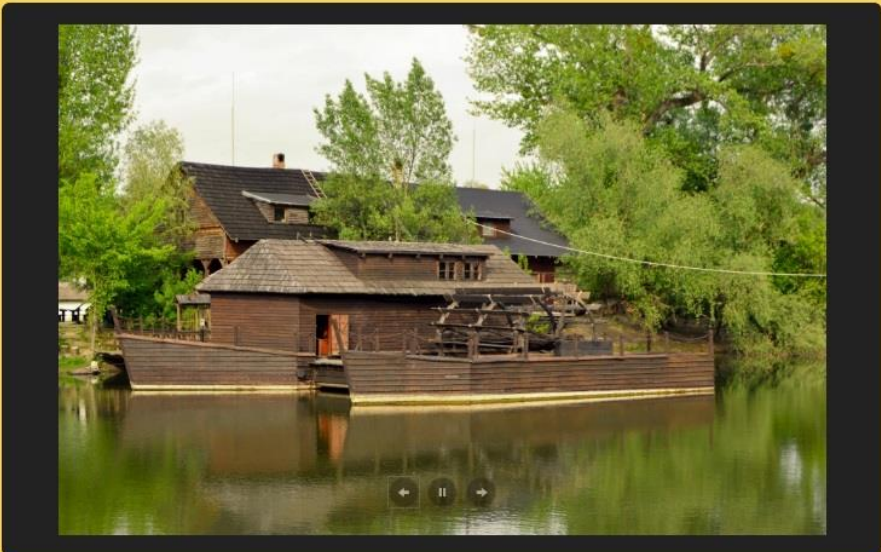
**APÁLI KOMÁRNO „SUMČEK CUP“ - RYBÁRSKE PRETEKY**  
30/04/2015 – 17/06/2015  
APÁLI Restaurant & Pension, Nová Osada 50, 945 01 Komárno, Szlo vákia

**Obr. 29** Zoznam a mapa reštaurácií

Zdroj: <https://regionkomarno.wordpress.com/kde-jest-a-pit/restauracie-a-kaviarne/>

## Fotogaléria

Kolárovo – Gúta



**Obr. 30** Fotogaléria

Zdroj: <https://regionkomarno.wordpress.com/fotogaleria/>