

## Informační technologie jako faktor ovlivňující rozvoj cestovního ruchu

Petr Hájek

Ústav veřejné správy a práva, FES, Univerzita Pardubice

Jan Stejskal

Ústav ekonomiky a managementu, FES, Univerzita Pardubice

### **Abstract:**

*We can see that reforms of Public Administration are stronger and stronger associated with e-government. E-government means reformation in relation to application of ICT. Electronic services as a part of e-governement can facilitate the communication in the sphere of Public Administration. The towns in the Czech republic compete for tourists both from Czech republic and from abroad. ICT make it easy for them. The towns have to combine the offer of high quality services, sights and other attractions with promotion and electronic services.*

### **Key words:**

*E-government, tourist industry, travel information, maturity model*

### **1. Role e-governmentu v současné veřejné správě**

Rozvoj informačních technologií (IT) v posledních letech nutí nejen podniky, ale i instituce veřejné správy k radikálním změnám ve formě poskytování služeb svým zákazníkům – občanům. Nároky na kvalitu výrobků a služeb ze strany zákazníků rostou a je na zmíněných organizacích, jestli dokážou přání zákazníků splnit. Veřejná správa je v oblasti IT ve srovnání se soukromými podniky pozadu, ale snaží se flexibilně zachytit změny ve společnosti vyvolané pronikáním IT do všech sfér běžného života. IT mají natolik silný vliv na celou ekonomiku, že se hovoří o „nové ekonomice“. Podniky se dnes více než kdy dřív orientují na zákazníka a snaží se splnit jeho individuální potřeby. Veřejná správa na tyto trendy reaguje myšlenkou tzv. e-governmentu.

E-government vychází z myšlenek New Public Management (NPM). Snahy o reformy veřejné správy mající svůj základ právě ve zmíněném NPM a probíhají v Evropě již dvě desetiletí. Výsledkem reformy měla být efektivnější, účinnější a hospodárnější veřejná správa. Výsledkem zavedení NPM je vyjasnění procesů a kompetencí a podpora týmové práce a komunikace. E-government neznámá pouze použití moderních informačních technologií ke zlepšení činnosti veřejné správy, je to komplexní reforma veřejné správy měnící vztahy veřejné správy k občanovi (G2C), podnikatelům (G2B) a ostatním institucím veřejné správy (G2G). Elektronizace veřejné správy ruku v ruce s transformací veřejné správy vede ke zlepšení služeb zákazníkům a k jejímu zefektivnění.

Základním cílem e-governmentu je tedy co nejvhodnější forma veřejných služeb dostupných všem občanům. E-government směřuje k vyšší produktivitě veřejného sektoru. Elektronické služby jsou levné a usnadňují práci úředníkům, kteří se mohou více věnovat jak strategickému řízení, tak osobnímu styku se zákazníky. Prospěch z e-governmentu můžeme ovšem získat pouze tehdy, pokud bude veřejná správa patřičným způsobem reorganizována a úředníci budou vzděláváni k používání moderních informačních systémů. E-government by měl vést k větší produktivitě, větší otevřenosti veřejné správy občanům a k veřejné správě, která se bude orientovat na služby jednotlivým zákazníkům. E-government vede k rychlejší a levnější komunikaci a spolupráci mezi úředníky, usnadňuje koordinaci politických rozhodnutí, umožňuje dát občanům více informací a také větší podíl na politickém rozhodování.

E-government lze rozdělit na tři části, a to na interní komunikaci ve státní správě (intranet), e-procurement a elektronickou veřejnou správu zajišťující informace a služby pro styk

s občany a s komerčními subjekty pomocí internetu. Právě poslední z těchto částí se budeme dále věnovat. Pozornost přitom zaměříme na oblast cestovního ruchu.

Evropská unie si uvědomila význam rozvoje informační společnosti (viz Lisabonský cíl). Ve srovnání s USA ve vývoji ICT (informační a komunikační technologie) Evropská unie zaostává. Rozvoj e-governmentu se odráží ve strategii Evropské unie, konkrétně v akčním plánu eEurope 2005. Evropská komise má za úkol zvýšit propagaci evropských destinací pomocí elektronických služeb a též nabídku uživatelsky vřídých informací z oblasti cestovního ruchu. Tento cíl má být splněn vytvořením Evropského turistického portálu.

Z celosvětového průzkumu firmy Taylor Nelson Sofres, který byl zaměřen na zjištění míry využívání služeb e-governmentu, vyplynuly následující údaje. V roce 2003 použilo internet v ČR 40% obyvatel a 60% z nich použilo některou ze služeb e-governmentu. Počet uživatelů e-governmentu v ČR se za poslední tři roky zvýšil ze 17% v roce 2001 na 23% v roce 2003.

Využívání služeb elektronické veřejné správy je samozřejmě podmíněno širokou dostupností připojení k internetu pro všechny zákazníky veřejné správy. Pro tyto zákazníky dnes existuje řada možností připojení se k internetu. Jmenujme nejčastější tzv. vytáčené připojení (v případě mobilního připojení je to GPRS), ISDN, ADSL, „kabelový“ internet, bezdrátové připojení (mobilní variantou je tzv. WiFi) apod. Možností je tedy celá řada, hlavním problémem však kromě lokální dostupnosti zůstává cena. Veřejná správa může širšímu využívání internetu dopomoci zřízením veřejných míst poskytujících připojení k internetu. V tomto ohledu se u nás i v zahraničí angažují též neziskové organizace.

## **2. Analýza současného stavu využívání IT pro propagaci obce**

### **2.1 Webové stránky obecních úřadů**

Výhody plynoucí z vytvoření webových stránek jsou dnes většinou obcí jasné. Za poměrně nízké náklady (vytvoření webové stránky stojí obec do 100 000Kč a provoz zajišťovaný externí firmou na cca 15 000Kč ročně) může obec nabídnout řadu služeb.

Co je pro zákazníka v elektronické komunikaci s veřejnou správou nejdůležitější? Pro každého uživatele webových stránek je důležitá snadnost nalezení služby, popř. webové stránky a snadnost jejího použití. Snadná navigace po webových stránkách patří tedy mezi zásadní úkoly webmastera. Neméně důležitá je snadnost nalezení webové stránky. Obec by proto měla propagovat své webové stránky na všech dokumentech, ve všech brožurách, časopisech i webových portálech, kde je to možné.

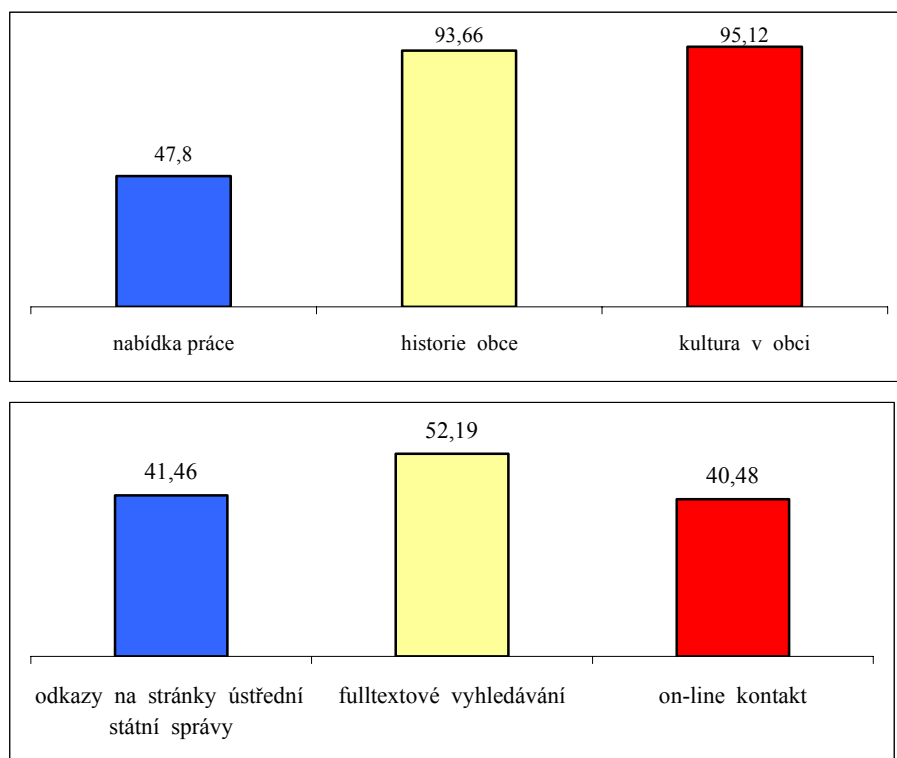
Na následujících grafech č. 1. a 2 vidíme, jaké služby nabízejí na svých webových stránkách obce s rozšířenou působností v ČR.

V jaké fázi zralosti webové stránky českých měst jsou? To si ukažme na modelu, který rozlišuje 4 stupně vývoje e-governmentu. Jsou to:

1. jednoduchá webová stránka
2. online veřejná správa
3. integrovaná veřejná správa
4. transformovaná veřejná správa

Velké množství webových stránek obcí je bohužel stále na první úrovni, tj. jednoduché webové stránky. Jejím charakteristickým rysem je statická, poskytování odkazů na jednotlivá oddělení a kontaktů na ně (především telefonických), poskytování politických ustanovení a možnost stáhnout si formuláře či dokumenty.

**Graf č. 1 a 2: Služby, které obce s rozšířenou působností nabízejí na svých webových stránkách (v %)**



Zdroj : Průzkum webových stránek veřejné správy, únor 2004, ČSÚ

Jak se dostat na druhý stupeň? Hlavním krokem musí být přidání služeb založených na transakci, které znamenají skutečnou přidanou hodnotu pro zákazníka. K dispozici je celá řada online interakčních mechanismů (např. email, FAQ, e-formuláře). Online veřejná správa tedy zahrnuje online formuláře pro registraci a žádosti, platby online, vyřizování požadavků o informace či služby přes email, online průzkumy veřejného mínění, FAQ (často kladené otázky a automatické odpovědi na ně) apod. Právě tyto nástroje by mohly být doporučením pro města, která se snaží nabízet skutečně online veřejnou správu.

K dosažení třetího stupně je třeba nabídnout zákazníkům automatické rady a řešení problémů, sdílet informace mezi odděleními, elektronické transakce mezi zákazníkem a zcela integrovanou veřejnou správou (tedy ne pouze s jednotlivým oddělením).

Dosažení čtvrtého stupně je podmíněno změnou veřejné správy jako celku. Služby by na této úrovni měli být nabízeny s ohledem na potřeby zákazníka, tj. je potřeba se vžít do role zákazníka a na základě toho upravit nabízené služby. Je také potřeba, aby veřejná správa neustále sledovala veškerý kontakt se zákazníkem. Jen tímto způsobem budou zákazníci s poskytnutými službami spokojeni. Příklady takových služeb může být „Založení podniku“ či „Návštěva města“ (stránky jsou tedy rozděleny podle životních událostí). Zákazník pak např. při zakládání podniku vyplní pouze několik formulářů na obrazovce svého monitoru a o víc se nestará. Tímto způsobem zákazník veřejné správě poskytl veškeré potřebné informace spojené se založením podniku. Na základě nich je automaticky zaregistrován v obchodním rejstříku, na daňovém úřadě atd. Veškeré poplatky samozřejmě zákazník vyřizuje z domova elektronicky.

## 2.2 Webové stránky obcí ČR se zaměřením na cestovní ruch

Strategie obce v oblasti cestovního ruchu by měla vycházet z důkladné analýzy vnějšího prostředí (především socioekonomické faktory, konkurence, trendy v oblasti cestovního ruchu), vnitřního prostředí (včetně přehledu o dosavadních zákaznících). Podle stanovených strategických cílů (tj. kam obec v oblasti cestovního ruchu směřuje) by měly být vypracovány strategie (např. na jaký segment trhu se zaměřit, jaký produkt nabídnout, jak se odlišit od konkurence, celková nabídka marketingového mixu cestovního ruchu apod.).

Potřeby zákazníků rostou i v oblasti cestovního ruchu. Pokud chce obec získat prostředky a další výhody plynoucí z cestovního ruchu, musí se snažit návštěvníky přilákat nabídkou odpovídajících služeb. Agentura CzechTourism se snaží prezentovat a propagovat celou Českou republiku. Obdobně by obce měly potenciální návštěvníky upozornit na svou existenci. Z tohoto hlediska je třeba zvolit vhodné prostředky propagace. Obce by měly o své existenci dát vědět odkazem na své webové stránky prostřednictvím regionálního informačního systému a prostřednictvím turistického serveru ČR – [www.czecot.com](http://www.czecot.com). Ten je svým návštěvníkům k dispozici v českém, německém a anglickém jazyce. Tento server nabízí návštěvníkům služby typu videogalerie, fotogalerie či virtuální procházky. Virtuální procházky jsou z těchto služeb asi nejbližší potřebám návštěvníka. Ten si pomocí zoomovací technologie může jednotlivé objekty přiblížit či zaostřit.

Obce by se měly snažit o prezentaci prostřednictvím internetu a pokud se jim podaří přilákat návštěvníka na své webové stránky, musí jejich vizuální i obsahová kvalita odpovídat potřebám potenciálního návštěvníka. Tomu se musí dostat aktuálních informací v přehledné podobě a to nejen v textové, ale i zvukové a grafické podobě (tj. např. fotografie, videografie). Pro návštěvníky ze zahraničí je třeba připravit www stránky ve světovém jazyce. Vzhledem k zeměpisné poloze se doporučuje němčina, polština a samozřejmě angličtina.

Obsahem webových stránek se obec musí snažit návštěvníka nezahltit informacemi, ale dodat mu pouze informace, které potřebuje a o které má zájem. Jedná se o představení přírodních krás, kulturních a historických památek, možností sportovního vyžití apod. Neměla by chybět ani informace o ubytovacích a stravovacích možnostech. V tomto případě je třeba uvést základní informace, dle kterých se návštěvník může již předem rozhodnout – tj. například typ zařízení, typ kuchyně, její hodnocení zákazníky, placení platebními kartami a samozřejmě kontakt, tj. telefon či email, případně odkaz na jejich www stránky.

Dalšími informacemi, které by měly být samozřejmostí na internetových stránkách, jsou přehledy dopravních spojení. Při prohlížení stránek se návštěvníkovi může stát, že by se rád na něco dotázal nebo získat další zde nedostupné informace. Proto je vhodné umístit na stránky i odkaz na pracovníka, jehož úkolem je odpovídat flexibilně na zaslané dotazy.

To, že jsou informace pro turisty a návštěvníky obce prostřednictvím internetu dosažitelné ihned, téměř bez námahy a nákladů, je pro poskytovatele služeb cestovního ruchu obrovskou příležitostí, jak získat své zákazníky. IT jsou tedy jednoznačně jedním z nejvýznamnějších faktorů ovlivňujících cestovní ruch a rozhodně se dá předpokládat, že významnost tohoto faktoru se s dalším rozvojem internetu a IT bude stále zvyšovat.

Webové stránky je vhodné koncipovat podle životních situací. Návštěva města a jeho okolí je takovou životní situací. Na volbu životní situace by měly navazovat konkrétní služby. Ty se mohou týkat dopravy a dopravního spojení, včetně cyklostezek, map, případně fotografií či online kamery. Další okruh se může týkat přírodních krás, kde je kromě odkazů vhodné umístit dynamickou mapu. Další služby se mohou týkat kultury a sportu. Zde jsou možnosti měst nepřeberné. Zdůraznil bych kalendář kulturních a sportovních akcí. Dalšími možnostmi jsou zaslání virtuálních pohlednic, online obchod se suvenýry či online procházky. Online

procházky mohou začít zobrazením mapy a je pak na návštěvníkovi, jakou cestou se vydá. Jednotlivá místa mohou být doprovázena popisem a fotografií, popřípadě odkazem.

V rámci výzkumu Univerzity Pardubice, FES, ÚVSP, zaměřeného na postavení cestovního ruchu ve strategickém plánování v městech ČR byla jedna z jeho částí zaměřena na marketingové aktivity obcí. Cílem bylo zjistit, jakými cestami se obce prezentují a jakou pozornost marketingu cestovního ruchu věnují. Z řady možností propagace obce nás zajímala prezentace obcí na internetu (tj. prostřednictvím svých webových stránek) a účast obcí na veletrzích cestovního ruchu.

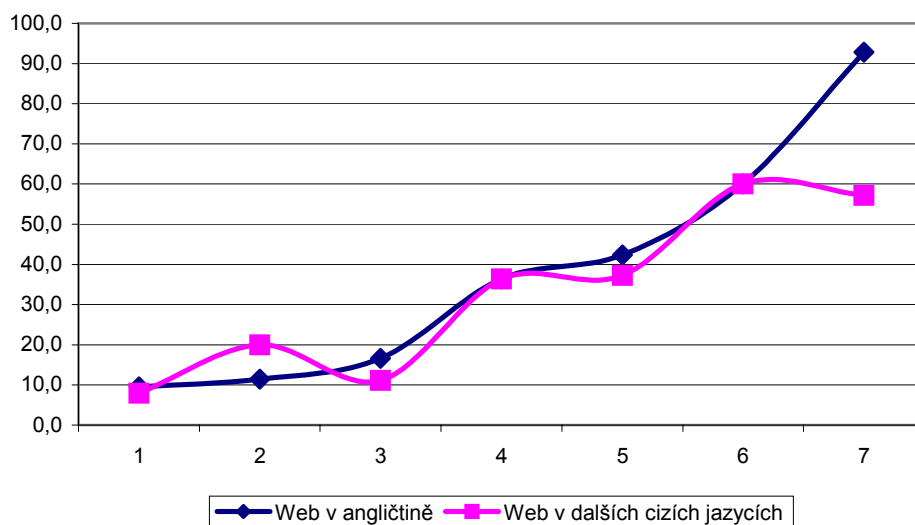
Okruh otázek, které nás v této souvislosti zajímají, byl věnován webovým stránkám obcí. Ze základního souboru 293 oslovených obcí, 285 obcí uvedlo, že disponují webovými stránkami. Ty obce, které je nemají (jedná se o 8 obcí), se v nejbližší době pokusí tyto stránky vybudovat. Výhody prezentace na Internetu jsou značné (např. přístupnost, využití multimédií, celosvětová rozšířenost atd.) a zejména pro malé obce skýtá obrovské možnosti v oslovení širokého spektra potenciálních návštěvníků za poměrně nízké náklady.

**Tabulka č. 1: Přehled obcí s vytvořenými webovými stránkami**

Obce	Nemá www stránky	Má www stránky	Z toho: www stránky v angličtině	Z toho: www stránky v jiných jazycích
1	5	58	6	5
2	2	33	4	7
3	0	36	6	4
4	1	65	24	24
5	0	59	25	22
6	0	20	12	12
7	0	14	13	8
<b>Celkem</b>	<b>8</b>	<b>285</b>	<b>90</b>	<b>82</b>

Z tabulky vyplývá, že obce upřednostňují z cizích jazyků angličtinu. Z ostatních jazyků převládala němčina. Z malých obcí však pouze malá část disponuje www stránkami v cizích jazycích. Je smutné, že obce nad 25 tisíc obyvatel nedisponují ve velké míře cizojazyčnými webovými stránkami. Je ovšem patrné (viz následující graf č. 3), že větší města jsou častěji vybavena cizojazyčnými webovými stránkami.

**Graf č. 3: Webové stránky obcí v cizích jazycích**



### 3. Závěr

Snaha modernizovat veřejnou správu za využití moderních informačních a telekomunikačních technologií, to je hlavním cílem e-governmentu. Evropská unie se snaží e-government podporovat zejména akčním plánem eEurope 2005, kde je zdůrazňována výměna nejlepších zkušeností mezi subjekty veřejné správy. Teprve až použití ICT doplní reorganizace veřejné správy spolu s podporou rozvoje lidských zdrojů ve veřejné správě, dosáhneme veřejné správy, která bude efektivní a orientovaná na služby občanům.

Obce se snaží prezentovat se a nabízet služby prostřednictvím webových stránek. Většina bohužel zůstává u pasivního poskytování informací o historii obce a odkazů na jednotlivé odbory. Obce by měly ve stále větší míře využívat možností online komunikace a transakcí, nabídnout občanům na ovládání jednoduché online služby, které budou integrovány do jednoho systému veřejné správy. Webové stránky jsou kromě jiného možností, jak se představit potenciálním návštěvníkům a přilákat je na kompletní nabídku služeb spojených s pobytem (dopravní spojení, ubytování, stravování, nabídka výletů, přírodních krás a celá řada dalších).

### 4. Literatura

[1] Ježková, A. Úroveň úřadu prezentují též www stránky. Praha: Moderní obec, č. 3, ročník 04, 2004.

[2] Charbuský, M., Stejskal, J., Vlasák, T. V čem bývají největší mezery efektivního poskytování městských služeb. Praha: Moderní obec, č. 4, ročník 04, 2004.

#### **Kontaktní adresy:**

Ing. Petr Hájek  
Ústav veřejné správy a práva, FES, Univerzita Pardubice,  
Studentská 84, Pardubice 532 10  
e-mail: petr.hajek@upce.cz

Ing. Jan Stejskal  
Ústav ekonomiky a managementu, FES, Univerzita Pardubice  
Studentská 84, Pardubice 532 10  
e-mail: [jan.stejskal@upce.cz](mailto:jan.stejskal@upce.cz)

**Recenzoval:** prof. PhDr. Karel Lacina DrSc.  
Ústav veřejné správy a práva, FES, Univerzita Pardubice