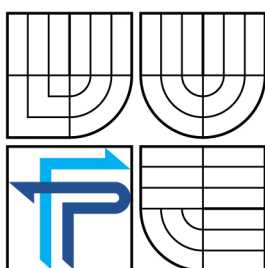




VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
DEPARTMENT OF INFORMATICS

NÁVRH REZERVAČNÉHO HOTELOVÉHO PORTÁLU

CONCEPT OF HOTEL REZERVATION PORTAL

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

MIROSLAV ČURILLA

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. PETR DYDOWICZ, Ph.D.

BRNO 2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Čurilla Miroslav

Manažerská informatika (6209R021)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Návrh rezervačního hotelového portálu

v anglickém jazyce:

Concept of Hotel Rezervation Portal

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Vymezení problému a cíle práce
Teoretická východiska práce
Analýza problému a současné situace
Vlastní návrhy řešení
Ekonomické zhodnocení, přínos návrhů řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Seznam odborné literatury:

PONKRÁC, M. PHP a MySQL bez předchozích znalostí. Computer Press, 2007. ISBN: 978-80-251-1758-3.

BLAŽKOVÁ, M. Jak využít internet v marketingu : Krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti. [s.l.] : [s.n.], 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095.

ZELDMAN, J.: Tvorba Webu podle standardu. Computer press, 2005, 416 s. ISBN 80-251-0347-1

LACKO, L. Web a databáze. Computer Press, 2001. ISBN: 8072265555.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petr Dydowicz, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2008/09.




Ing. Jiří Kříž, Ph.D.
Ředitel ústavu


doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA
Děkanka fakulty

V Brně, dne 28.2.2009

Abstrakt

Táto bakalárska práca sa zaoberá návrhom hotelového rezervačného portálu. Jej cieľom je vytvoriť návrh portálu pre rezervovanie ubytovania v hoteloch a penziónoch, čo najlepším spôsobom. Práca obsahuje návrh, programových, hardwarových, ekonomických a marketingových prostriedkov.

Abstract

This Bachelor's thesis deals with the design of the hotel reservation portal. Its objective is to develop the best possible method for creating the reservation portal for the hotels and guest-houses. The thesis contains the proposal of the program, hardware, economic and marketing-related means.

Kľúčové slova

portál, návrh, hotel, rezervácia, ubytovanie, storno,

Keywords

Portal, proposal, hotel, reservation, accommodation, cancel

Bibliografická citácia práce

ČURILLA, M. *Návrh rezervačného hotelového portálu* . Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 58 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Petr Dydowicz, Ph.D.

Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že predložená diplomová práca je pôvodná a spracoval som ju samostatne.
Prehlasujem, že citácie použitých prameňov je úplná, že som vo svojej práci neporušil autorské práva (v zmysle Zákona č.121/2000 Sb., o právu autorskom a o právach súvisiacich s právom autorským).

V Brne dne 25.05.2009

Miroslav Čurilla

Pod'akovanie

Za cenné rady a konzultácie by som sa chcel poďakovať vedúcemu mojej bakalárskej práce, pánovi Ing. Petrovi Dydowiczovi, Ph.D.

OBSAH

ÚVOD	10
ÚČEL RIEŠENIA	10
1 VYMEDZENIE PROBLÉMU A CIELE PRÁCE	11
2 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ PRÁCE	13
2.1 SWOT	13
2.2 MARKETINGOVÝ MIX 4P	13
2.3 SLEPT ANALÝZA	14
2.4 HOS ANALÝZA	14
2.5 DFD DIAGRAM TOKU DÁT	15
2.6 PROCESNÝ DIAGRAM	15
2.7 VÝVOJOVÝ DIAGRAM	16
2.8 NORMALIZÁCIA	16
3 ANALÝZA PROBLÉMU A SÚČASTNEJ SITUÁCIE	17
3.1 ZÁKLADNÉ ÚDAJE O FIRME HOTEL ARKADA, S.R.O.	17
3.2 PREDMET ČINNOSTI FIRMY	17
3.3 KLIENTELA PORTÁLU	18
3.4 SWOT ANALÝZA SO ZAMERANÍM NA PROJEKT	19
3.4.1 SILNÉ STRÁNKY	19
3.4.2 SLABÉ STRÁNKY	19
3.4.3 PRÍLEŽITOSTI	19
3.4.4 HROZBY	19
3.5 MARKETINGOVÝ MIX – 4P	20
3.5.1 PRODUKT	20
3.5.2 CENA	20
3.5.3 MIESTO	20
3.5.4 PROPAGÁCIA	20
3.6 SLEPT ANALÝZA	21
3.6.1 SOCIAL – SOCIÁLNE HĽADISKO	21
3.6.2 LEGAL – LEGISLATÍVNE HĽADISKO	21
3.6.3 ECONOMIC – EKONOMICKÉ HĽADISKO	21
3.6.4 POLICY – PLOTICKÉ HĽADISKO	21
3.6.5 TECHNOLOGY – TECHNOLOGICKÉ FAKTORY	21

3.7	ANALÝZA RIZÍK	21
3.8	HOS ANALÝZA	22
3.8.1	HODNOTENIE HARDWARE	22
3.8.2	HODNOTENIE SOFTWARE	22
3.8.3	HODNOTENIE ORGWARE	23
4	VLASTNÝ NÁVRH RIEŠENIA	25
4.1	NÁVRH HARDWAROVÝCH PROSTRIEDKOV	25
4.2	NÁVRH SOFTWAREVÝCH PROSTRIEDKOV	26
4.3	NÁVRH ZABEZPEČENIA	26
4.4	NÁVRH DATABÁZY	28
4.4.1	SLOVNÝ POPIS TABULIEK	29
4.5	REZERVAČNÝ PROCES	35
4.5.1	PROCES REZERVÁCIE UBYTOVANIA	35
4.5.2	PROCES REGISTRÁCIE ZARIADENIA	38
4.5.3	PROCES REGISTRÁCIE KLIENTA	40
4.5.4	PROCES STORNA REZERVÁCIE	42
4.6	PROCES PLATBY	43
4.6.1	POPIS PROCESU PLATBY	44
4.6.2	PLATBA KLIENTA	44
4.7	PROPAGÁCIA PORTÁLU A DIZAJN	45
4.7.1	NÁVRH VZHĽADU PORTÁLU	45
4.7.2	SEO OPTIMALIZÁCIA PORTÁLU	47
4.7.3	PROPAGÁCIA PORTÁLU	47
4.7.4	PRÍSUN A ZÍSKANIE UBYTOVACÍCH ZARIADENÍ	48
4.7.5	REKLAMA HOTELOVÉHO REZERVAČNÉHO PORTÁLU	49
5	EKONOMICKÉ ZHODNOTENIE, PRÍNOS NÁVRHU RIEŠENIA	50
5.1	NÁKLADY PROJEKTU	50
5.1.1	PRVOTNÉ NÁKLADY	50
5.1.2	PREVÁDZKOVÉ NÁKLADY	50
5.1.3	ODHAD NÁKLADOV	50
5.2	ČASOVÝ RÁMEC PROJEKTU	51
5.3	OČAKÁVANÉ PREDPOKLADANÉ PRÍNOSY	52
5.3.1	PRÍNOS PORTÁLU	52
5.3.2	FINANČNÝ PRÍNOS	53
6	ZÁVER	54
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	55
	CITÁCIE	55

KNIHY A LITERATÚRA	56
ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK A SYMBOLOV	56
ZOZNAM OBRÁZKOV	57
ZOZNAM TABULIEK	57
ZOZNAM GRAFOV	58
ZOZNAM DIAGRAMOV	58
PRÍLOHY	58

ÚVOD

Touto prácou chcem navrhnúť dynamický internetový portál. Jeho základným cieľom bude rezervovanie ubytovania v ubytovacích zariadeniach ako hotely a penzióny. Jeho úlohou bude registrácia ubytovacích zariadení v katalógu ubytovacích zariadení a následná rezervácia ubytovacích služieb prostredníctvom tohto rezervačného portálu. Hotelový rezervačný portál by mal zaistiť rýchlu a jednoduchú rezerváciu izieb a prinášať pre klientov výhody, ktoré budú neskôr rozpísane, a hotelovému zariadeniu prísun klientov. Prevádzkujúcej firme by mal hotelový portál prinášať zisk adekvátny počtu získaných zariadení a marketingu internetového portálu.

ÚČEL RIEŠENIA

V pomerne ešte malej konkurencii hotelových rezervačných portálov sa objavujú značné odlišnosti. Prvým tipom sú len prezentácie ubytovacích zariadení za určitý poplatok, čo sú pomerne málo efektné a pre zariadenie sú pomerne viac výhodné portály s rezerváciou ubytovania a percentuálnym ziskom z prebehnutej služby. V širokej konkurencii je pomerne veľký priestor k získavaniu rôznych zliav a výhod pre zákazníka. S pohľadom prevádzkovateľa rezervačného portálu je veľmi dôležitý celkový marketing portálu z dôvodu zvýšenia návštevnosti a celkového počtu klientov. Percentuálny zisk je výhodné riešenie hlavne pre menšie zariadenia a zariadenia v menej rušných regiónoch, ale zase pomerne bežným spôsobom rezervácie ubytovacej služby vo väčších hoteloch alebo penziónoch a turisticky zaujímavých oblastiach.

1 VYMEDZENIE PROBLÉMU A CIELE PRÁCE

Návrh riešenia hotelového rezervačného portálu sa bude vyvíjať v niekoľkých rovinách a stupňoch. Základné rozdelenie rezervačného portálu bude v prístupe s pohľadu firmy registrovanej a poskytujúcej ubytovacie kapacity a z pohľadu klienta, ktorý si prostredníctvom portálu bude rezervovať ubytovanie a bude si vyberať zariadenia.

Hlavnou úlohou bude rezervovanie si služby ubytovania a úlohou portálu bude sprostredkovanie rezervácie medzi firmou poskytujúcou ubytovanie a klientom zaujímajúcim sa o službu ubytovania.

Dôležitou úlohou a cieľom portálu bude ponúknuť klientovi, zákazníkovi jednoduchý prístup k ubytovaniu a neodrádzať ho príliš zložitým a pre neho nepohodlným systémom rezervácie. Rezervovanie bude prebiehať medzi tromi stranami a tento proces je pokladaný za veľmi dôležitý a bude jedným z hlavných cieľov samotného hotelového rezervačného portálu.

Rozhranie pre firmu poskytujúcu ubytovanie by malo obsahovať:

- vstup do rozhrania pre firmy
- registráciu pre firmy, zariadenia
- pridanie zariadenia
- správu základných informácií o firme ako názov, adresu
- výber kategórie z pohľadu polohy, kraja, okresu a mesta
- výber kategórie z pohľadu kategorizácie zariadenia
- výber zo služieb, ktoré bude prostredníctvom portálu poskytovať
- fakturácia
- úpravu ceny ubytovania
- pridanie fotografií zariadenia
- zmenu užívateľských údajov, výšku zálohy a storno poplatku
- sledovanie počtu zobrazení firmy v rezervačnom portáli

Rozhranie pre užívateľa hľadajúceho ubytovanie má obsahovať:

- vstup do rozhrania pre užívateľov
- registráciu pre klientov
- základné údaje o zákazníkovi
- kontakt pre rýchlu komunikáciu
- možnosť zmeny základných údajov
- možnosť pridávania referenčného príspevku k ubytovaciemu zariadeniu po zrealizovaní pobytu
- výpis prebehnutých rezervácii rezervačným portálom ako aj sledovanie ich platby alebo prípadná možnosť stornovania rezervácie.

Rozhranie pre administrátora a správcu rezervačného portálu má obsahovať:

- možnosť zmeny a správu užívateľských účtov
- správu a kontrolu rezervácií
- aktiváciu ubytovacích zariadení
- dohľad nad priebehom rezervačného systému

Samotný hotelový rezervačný portál má obsahovať a spĺňať kritéria:

- Obsahovať valídny HTML a CSS kód – kaskádový štýl
- SEO optimalizáciu pre kľúčové slová
- Bezproblémové zobrazovanie vo všetkých používaných prehliadačoch / Internet Explorer, Mozilla firefox, Google Chrome, Safari, Opera/
- Bezpečnosti portálu

2 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ PRÁCE

2.1 SWOT

Táto metóda sa využíva hlavne pri hodnotovom manažmente a pri tvorbe podnikovej stratégie k identifikácii silných a slabých stránok firmy, príležitosti firmy a ohrozenia firmy. *Analýza SWOT kompletizuje a zoraďuje vnútorné silné a slabé stránky podniku, jeho vonkajšie príležitosti a hrozby podľa dôležitosti. Je to ľahko použiteľný nástroj na rýchle spracovanie prehľadu o strategicknej situácii podniku. Je východiskom pre formulovanie stratégie, ktorá vznikne ako súlad medzi internými schopnosťami podniku a jeho vonkajším prostredím.*¹ Ohrozenie a príležitosti sú faktory vonkajšie, pretože ich firma nemôže dobre kontrolovať, naproti tomu silné a slabé stránky firmy sú faktory vytvárajúce alebo naopak znižujúce vnútornú hodnotu firmy.

Všetky tieto faktory môže firma identifikovať pomocou vhodnej analýzy konkurencie, alebo pomocou ďalších iných analýz ako sú analýza ekonomická, demografická, politická, legislatívna, sociálna, alebo technická analýza.

- Faktor spoločnosti – slabé stránky
- Faktor spoločnosti – silné stránky
- Faktor prostredia – príležitosti podniku
- Faktor prostredia – hrozby podniku

2.2 MARKETINGOVÝ MIX 4P

Marketingový mix predstavuje a konkretizuje všetky kroky, ktoré organizácia robí, aby vzbudila ponuku po produkte či službe (či v prípade demarketingu ju znížila). Tieto kroky sa rozdeľujú do štyroch premenných:

- **Produkt** - súhrn objektov alebo procesov, ktoré prinášajú zákazníkovi určitú hodnotu, označuje nielen samotný výrobok alebo službu (tzv. jadro produktu),

¹ EuroEkonom [online]. 2004-2009 [cit. 2009-05-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/>>.

ale tiež sortiment, kvalitu, dizajn, image výrobku, značku, záruky, ktoré z pohľadu spotrebiteľa rozhodujú o tom, ako produkt uspokojí jeho očakávania.

- **Cena** - je hodnota vyjadrená v peniazoch, za ktorú sa produkt predáva. V tejto cene sú samozrejme zahrnuté aj rôzne akcie, zľavy, platobné podmienky a pod.
- **Miesto** - znamená, kde sa produkt bude predávať, tzn. miesto predaja, ako bude produkt k zákazníkovi dopravený a pod.
- **Propagácia (Promotion)** – hovorí o tom ako sa zákazníci o danom produkte dozvedia, priamo od výrobcu, distribútora, alebo od inej osoby, samozrejme, že s propagáciou súvisí aj reklama na dané produkty a služby²

2.3 SLEPT ANALÝZA

SLEPT analýza je dôležitým nástrojom poznání ekonomického prostředí, které ovlivňuje každou firmu. Naším cílem je poskytnout summary toho nejzajímavějšího, co se stalo v jednotlivých faktorech SLEPT analýzy.³ Rozdeľuje sa do týchto faktorov:

- Social – sociálne hľadisko
- Legal – legislatívne hľadisko
- Economic – ekonomické hľadisko
- Policy – politické hľadisko
- Technology – technické hľadisko

2.4 HOS ANALÝZA

Metóda HOS je metóda hodnotenia informačného systému rozdeľujúca hodnotenie do troch základných častí. Prvou časťou je hardware, potom software a následne orgware. Tieto tri časti sa následne hodnotia podľa stupňa úrovne číslami 1, 2 a 3 pričom číslo 1 označuje najslabšiu časť informačného systému a číslo 3 označuje najvyššiu úroveň informačného systému.

² Marketingový mix - jeho rozbor, možnosti využiti a problémy [online]. 2006 [cit. 2009-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://marketing.robertnemec.com/marketingovy-mix-rozbor/>>.

³ POSPÍŠILÍK, Karel . SLEPT analýza 1Q 2009. Finance.cz [online]. 2009 [cit. 2009-05-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.finance.cz/download/248-slept-analyza-1q-2009/>>.

2.5 DFD DIAGRAM TOKU DÁT

Diagram toku dat (Data Flow Diagram) je jedna z nepoužívanějších metod funkčního modelování. Můžeme z něj vyčíst návaznost jednotlivých činností v rámci úlohy, jaké datové vstupy a výstupy se v úloze objevují (tedy s jakými soubory a doklady se pracuje) a kdo jednotlivé činnosti provádí.⁴

Rozlišujeme různé úrovně kreslení DFD diagramů. Ich značení sa rozdeľuje do symbolov, v tejto bakalárskej práci v diagrame toku dát použijeme základne značky.

- Proces
- Externý zdroj dát
- Uloženie dát
- Tok dát

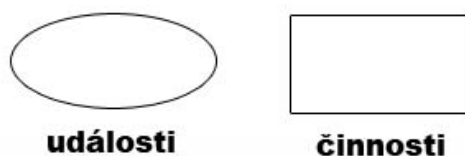


Obrázok 1: Značky DFD diagramu

2.6 PROCESNÝ DIAGRAM

Procesný diagram sa delí na dve základne časti. Na pravej, ľavej strane diagramu sa popisujú a zobrazujú udalosti procesu a na pravej strane diagramu sa zachycujú jednotlivé činnosti procesu, ktoré môžu byť automatizované alebo neautomatizované. Zväčša procesný diagram začína základnými stupňami zobrazenia, postupne prechádza do podrobnejšieho riešenia jednotlivých činností procesu.

⁴ KOCH, M.,DOVRTĚL,J. *Managment informačních systémů*. Brno: VUT FP, 2006. s. (174 s.). ISBN: 80-214-3262-4.



Obrázok 2: Značky procesného diagramu

2.7 VÝVOJOVÝ DIAGRAM

Vývojový diagram je grafické znázornění nějakého algoritmu nebo procesu. Vývojový diagram používá pro znázornění jednotlivých dílčích operací symboly, které jsou navzájem propojeny pomocí orientovaných šipek. Vývojový diagram má nečastější použití v informatice a programování.⁵ Jeho velkou výhodou je možnost zachytit rozvetvenost procesu alebo algoritmu a jeho splnenie a nesplnenie pri požadovaných podmienkach procesu a vývoja procesu.

2.8 NORMALIZÁCIA

Normalizace dat je činnost, při které upravujeme návrhy datových struktur tak, aby splňovaly zvolené normalizační formy - úrovně. Tyto normalizační formy či pravidla vycházejí z požadavku na efektivní ukládání dat a minimalizují redundance při zachování integrity a konsistence dat.⁶

Úlohou normalizácie je optimálne navrhnutie databázy. Základné tri normalizačné formy:

- Prvá normalizačná forma: multizávislosť
- Druhá normalizačná forma: funkčná závislosť dát
- Tretie normalizačná forma: tranzitívna závislosť dát

Pri normalizácii databázy sa musí postupovať od najnižšej normalizačnej formy. Pri prechode na vyššiu formu musia byť predchádzajúce formy normalizované.

⁵ WIKIPEDIE [online]. 2009 [cit. 2009-05-22]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/V%C3%BDvojov%C3%BD_diagram>.

⁶ KOCH, M. A KOL.: *Informační systémy a technologie*. Brno: PC-DIR Real Brno, 1998. ISBN 80-214-1219-4.

3 ANALÝZA PROBLÉMU A SÚČASTNEJ SITUÁCIE

3.1 ZÁKLADNÉ ÚDAJE O FIRME HOTEL ARKADA, S.R.O.

Obchodné meno: Hotel ARKADA s.r.o.

Sídlo firmy: Námestie Majstra Pavla 26, Levoča 054 01

IČO: 36 451 134

Deň zápisu: 14. 11. 1997

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Predmet činnosti: /časť predmetov činnosti/

- reklamná činnosť,
- sprostredkovanie obchodu, výroby a služieb,
- ubytovacie služby v ubytovacích zariadeniach s prevádzkovaním pohostinských činností v týchto zariadeniach a v chatovej osade triedy ***, v kempingoch triedy *** a vo vyšších triedach
- prevádzkovanie cestovnej kancelárie

Štatutárny orgán: Mária Čurillová, Okružná 1476/5, Levoča 054 01,

Vznik funkcie: 28. 10. 2004

Výška vkladu každého spoločníka:

Miroslav Čurilla Vklad: 200 000 SKK Splatené: 200 000 SKK od: 10.03.2007

Základné imanie: 6638 € / 200 000 SKK /

Rozsah splatenia: 6638 € / 200 000 SKK /⁷

3.2 PREDMET ČINNOSTI FIRMY

Firma Hotel ARKADA, s.r.o. sa nachádza v historickom centre meste Levoča. Od roku 2004 sa firma snaží rozvíjať svoje doposiaľ poskytované služby čo bolo ubytovanie a stravovanie klientov hotela, na nové a to Kettering v oblasti poskytovania svadobných hostín a usporiadania kongresov, školení, ktoré sa snaží z čo najväčšej časti zabezpečovať. Ďalej firma začala poskytovať zmenárenské služby a rozšírila svoje priestory o ďalšie stravovacie priestory na dnešný počet 130 miest.

⁷ Obchodný register Slovenskej republiky [online]. [cit. 2009-05-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.orsr.sk/vypis.asp?ID=47186&SID=4&P=1>>.

Firma by chcela pokračovať v rozširovaní svojich služieb a predmete podnikania a to v oblasti vytvorenia hotelového rezervačného portálu. Jeho úlohou by malo byť sprostredkovanie ubytovania medzi ubytovacím zariadením a záujemcom klientom o ubytovanie. Firma má záujem zveľadiť svoje dlhoročné poznatky s prevádzkovaním hotela a ubytovacích služieb a preniesť ich do virtuálnej podoby hotelového rezervačného portálu. Z tejto služby očakáva aj samotný finančný zisk zo sprostredkovania a reklamy.

3.3 KLIENTELA PORTÁLU

Dôležitou úlohou je počet záujemcov o služby ubytovacích zariadení na území Slovenskej republiky. Oficiálny prístup k počtu poskytnutých ubytovacích služieb na Slovensku je čerpaný z oficiálnej stránky Slovenského Štatistického úradu.

Ukazovateľ	Návštevníci spolu (osoby)	Zahraničný návštevníci	Domáci návštevníci
2003	3 373 540	1 386 791	1 986 749
2004	3 244 485	1 401 189	1 843 296
2005	3 428 083	1 514 980	1 913 103
2006	3 583 879	1 611 808	1 972 071
2007	3 777 754	1 684 526	2 093 228

Tabuľka 1: Návštevníci v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu⁸

Z tejto tabuľky môžeme určiť pomalý ale postupný rast o ubytovacie služby na území Slovenskej republiky. Podiel rezervácií a získavania informácií ohľadom ubytovacích zariadení má prudko rastúcu tendenciu. Výsledky za rok 2008 štatistický úrad Slovenskej republiky do dňa ukončenia písania mojej bakalárskej práce nezverejnil na svojej oficiálnej stránke.

⁸ Štatistický úrad Slovenskej republiky [online]. 2009 [cit. 2009-05-20]. Dostupný z WWW: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=3726>>.

3.4 SWOT ANALÝZA SO ZAMERANÍM NA PROJEKT

3.4.1 SILNÉ STRÁNKY

- Dlhoročné skúsenosti s cestovným ruchom na Slovenku
- Rýchly prechod rezervácií na formu sprostredkovateľských portálov
- Málo rozvinutá služba na Slovensku
- Zavádzanie zálohovej platby ako nástroja krytia rezervácie
- Nízke náklady na novo vzniknutý projekt, zabehnutý tím pracovníkov firmy
- Žiadne personálne náklady na projekt
- Finančný zisk pre firmu

3.4.2 SLABÉ STRÁNKY

- Konkurencia firmy
- Zameranie na región Slovenska
- Nechuť klientov platiť zálohové platby za ubytovanie dopredu

3.4.3 PRÍLEŽITOSTI

- Prilákание veľkého počtu nových firiem
- Získanie stálych klientov pre rezervovanie ubytovania
- Záujem firiem o registráciu v hotelovom rezervačnom portáli
- Možnosť rýchlej a jednoduchej rezervácie ubytovania
- Rozšírenie ziskov firmy o príjmy z hotelového rezervačného portálu
- Získanie nových poznatkov pre firmu a uplatnenie ich vo svojom ubytovacom zariadení.

3.4.4 HROZBY

- Strata dopytu po službe ubytovania
- Zlyhanie projektu v niektorej z častí systému rezervácie
- Vysoká cena provízie pre podniky s vyššou cenou ubytovania
- Nebezpečenstvo útokov na samotný portál a narušenie jeho plynulého chodu

3.5 MARKETINGOVÝ MIX – 4P

3.5.1 PRODUKT

Hotelový rezervačný portál je takzvaným subdodávateľom ubytovacích služieb medzi firmami poskytujúcimi ubytovanie a zákazníkmi, klientmi ktorí si ubytovanie rezervujú prostredníctvom hotelového rezervačného portálu. Samotný produkt, čiže rezervácia ubytovania, je pre klienta prispôsobená podľa kraja, okresu a mesta. Ďalej je to podľa kategorizácie ubytovacieho zariadenia na penzióny, hotely atď. a ceny ubytovania v zariadeniach.

3.5.2 CENA

Cena pre klienta garantovaná portálom ako cena, ktorá je rovná pultovej cene v ubytovacom zariadení a klient nebude mať cenu navyšívajú oproti skutočnej cene zariadenia.

Cena, respektíve provízia portálu, za sprostredkovanie služby je 10 percent z ceny ubytovania a je rovnaká alebo ešte menšia ako cena za ktorú poskytujú ubytovacie zariadenia cestovným kanceláriám.

3.5.3 MIESTO

Rezervácia ubytovania prebehne na webovej stránke hotelového rezervačného portálu, ktorá podlieha všeobecným štandardom tvorenia webu. Mala by spĺňať všetky už uvedené kritéria modernej, prehľadnej a štandardne sa zobrazujúcej stránky vo všetkých prehliadačoch, ktoré sa v súčasnosti používajú.

3.5.4 PROPAGÁCIA

Je to jedno z najdôležitejších kritérií úspešnosti hotelového rezervačného portálu. Propagácia a reklama bude prebiehať pomocou služby Google Adwork od firmy Google a bude zameraná nie len na kľúčové slová ako hotel alebo rezervácia, ale na konkrétne spojenia slov ubytovanie, hotel s názvami konkrétnych regiónov.

Ďalšou časťou propagácie a marketingu je kvalitná SEO optimalizácia pre fulltextové vyhľadávače a pri výstavbe samotného portálu bude na ňu kladený vysoký dôraz.

3.6 SLEPT ANALÝZA

3.6.1 SOCIAL – SOCIÁLNE HĽADISKO

- Počet používateľov internetu má neustále zvyšujúcu sa tendenciu
- Rezervovanie prostredníctvom hotelového rezervačného portálu umožňuje výber a porovnanie z väčšieho množstva ubytovacích stredísk
- Dopyt po oddychu

3.6.2 LEGAL – LEGISLATÍVNE HĽADISKO

- Vzťah portálu ako spoločnosti fakturujúcej si služby za poskytnutie sprostredkovania ubytovania ubytovaciemu zariadeniu

3.6.3 ECONOMIC – EKONOMICKÉ HĽADISKO

- Provízia za poskytnutie rezervácie prostredníctvom hotelového rezervačného portálu

3.6.4 POLICY – PLOTICKÉ HĽADISKO

- Podpora vlády rekreácie na území Slovenska
- Rozvoj ubytovacích podnikov a skvalitnenia ich služieb
- Rast ekonomický a sklonu občanov k utrácaniu a rekreácii

3.6.5 TECHNOLOGY – TECHNOLOGICKÉ FAKTORY

- Rastúci dopyt po rezervačných službách prostredníctvom internetu

3.7 ANALÝZA RIZÍK

Riziká, situácie, ktoré môžu mať negatívny vplyv na návrh hotelového rezervačného portálu prípadne čiastočnú alebo celkovú úspešnosť projektu.

Analýzu rizík možno uskutočniť v rôznych variantách líšiacich sa hĺbkou šetrení. Obvyklými variantami sú prehľadová alebo detailná analýza.⁹

Analyzované riziká:

- Malý počet rezervácií prostredníctvom rezervačného portálu
- Malý počet hotelových ubytovacích zariadení
- Malá návštevnosť hotelového rezervačného portálu
- Vysoké prevádzkové náklady
- Zlá ekonomická situácia a nechť obyvatel'stva k utrácaniu na rekreáciu a oddych

3.8 HOS ANALÝZA

3.8.1 HODNOTENIE HARDWARE

Hardwarovú časť hotelového rezervačného portálu bude tvoriť virtuálny server od firmy interactive s.r.o. Jeho hardwarový podrobný popis nájdete v kapitole návrh hardwarových prostriedkov. Pre samotný hotelový rezervačný portál to je jediná časť hardwaru potrebná k jeho realizácii avšak hraje dôležitú úlohu. Samotná spoľahlivosť servera a jeho bezchybná prevádzka zabezpečí plynulý chod portálu a jeho parametre by mali úplne postačovať aj v prípadnom zvýšenom záujme o rezervácie ubytovania v niektorých špecifických obdobiach roka.

Ďalšou časťou bude descomp využívajúci na správu a administráciu hotelového rezervačného portálu.

Celkovú hardwarovú časť rezervačného portálu môžeme hodnotiť ako priemernú.

3.8.2 HODNOTENIE SOFTWARE

Na serveri je nainštalovaný operačný systém Debian Linux. Ďalším softwarom ktorý server využíva sú Web server APACHE 2.X PHP 5.X, MYSQL 5.X zabezpečujú bezpečnosť a rýchlosť. *Ďalej je to PostgreSQL 8.X je to mocný relačný databázový server s otvorenými zdrojovými kódmi. Jeho aktívny vývoj počas 15 rokov priniesol osvedčenú architektúru a svojou spoľahlivosťou a integritou dát získal vynikajúcu*

⁹ DCIT Consulting [online]. 2005 [cit. 2009-05-22]. Dostupný z WWW: <http://www.dcit-consulting.sk/web/bezpecnost/sluzby/analiza_rizik>.

reputáciu.¹⁰ Správa emailov na serveri je prevádzaná pomocou Exim + Courier softwaru. A celková administrácia je prevádzka pomocou Web Panel 7.X, v ktorom je možné pomerne jednoducho a rýchlo upravovať a spravovať bez nutnosti kontaktovania správcu virtuálneho servera. Jeho prevádzka je 24 hodinová.

Pre tvorbu a správu ostatných častí portálu je využívaný Editor PSPad FreeWare. Jeho použitie je jednoduché a úplne postačuje na prehľadnú úpravu CSS, HTML, PHP a JAVA kódu na portáli.

Descomp slúžiaci na správu hotelového rezervačného portálu bude obsahovať operačný systém Windows XP Profesionál, OpenOffice 3.0.X, FTP klient, Mozilla Firefox a ďalší drobný software na údržbu a správu portálu.

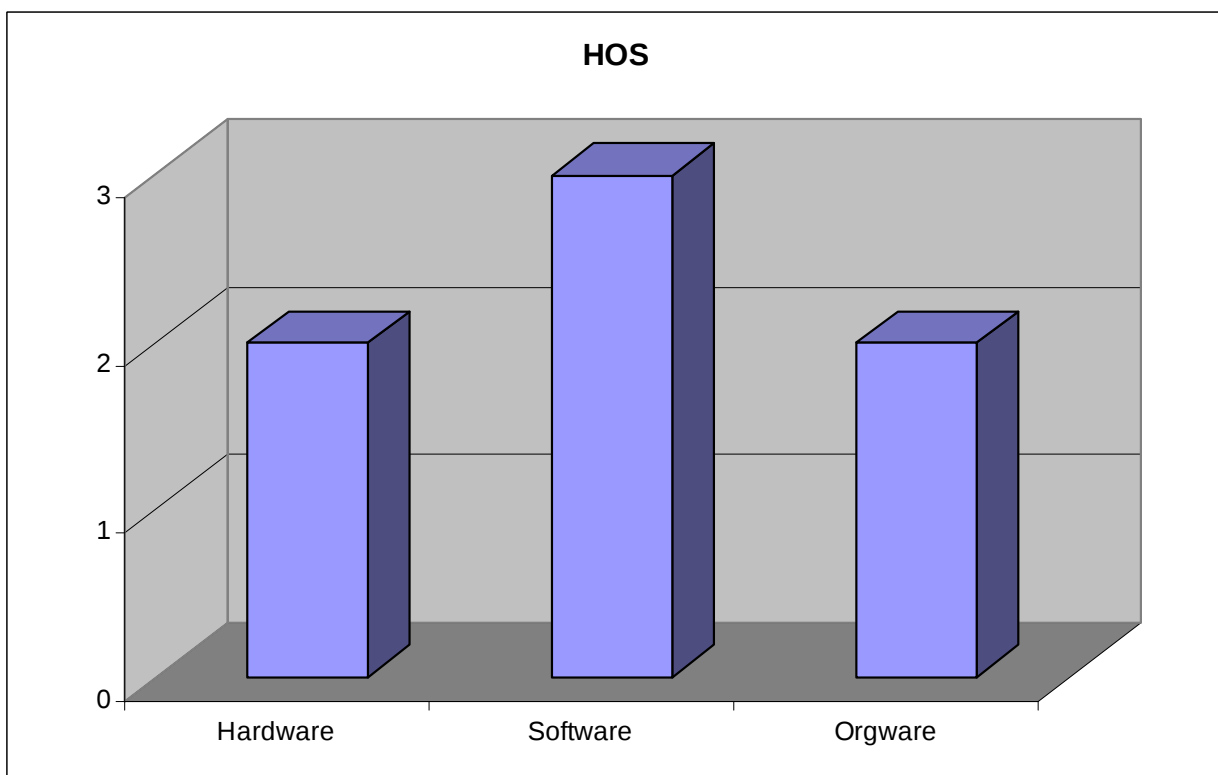
Softwarovú časť hotelového rezervačného portálu môžeme hodnotiť ako vysokú.

3.8.3 HODNOTENIE ORGWARE

Vytvorenie organizačnej štruktúry správy portálu sa predpokladá do časti správy technickej funkčnosti portálu a marketingových a propagačných častí. Samotný portál si nebude vyžadovať v prvotných fázach jeho vzniku veľké časové a personálne potreby. Systém portálu bude pracovať samostatne a jeho riadenie je prostredníctvom administratívneho účtu portálu a prípadných mailových kontaktov s klientmi alebo ubytovacími zariadeniami. Dôležitú časť kontroly priebehu bude vykonávať personál firmy, ktorá má s vybavovaním rezervačných náležitostí a problémov s nimi skúsenosti z vlastného hotelového zariadenia firmy.

Orgwarovu časť hotelového rezervačného portálu môžeme hodnotiť ako priemernú.

¹⁰ *SoftMania* [online]. 2009 [cit. 2009-05-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.softmania.sk/Postgresql.html>>.



Graf 1: Znázornenie HOS analýzy

4 VLASTNÝ NÁVRH RIEŠENIA

4.1 NÁVRH HARDWAROVÝCH PROSTRIEDKOV

Základným hardwarovým prvkom bude serverové riešenie od firmy média - interactive, s.r.o. – www.hostdodому.sk a to bude služba Virtuálny server Classic.

Samotný traffic servera sa môže postupne upraviť resp. zvýšiť ale to závisí od ďalšieho vývoja rezervačného portálu. Traffic 120 GB a hardwarová konfigurácia servera by sa mala v prípade testovacieho obdobia portálu ukázať a malo by dôjsť k jeho prípadnej úprave. Toto virtuálne riešenie servera je v pomere s jeho ročnou cenou veľmi výhodné a zabezpečuje kvalitu a bezpečnosť jeho umiestnenia čo garantuje samotná firma média - interactive, s.r.o. *Vďaka nášmu flexibilnému prístupu garantujeme našim klientom 99,7 % dostupnosť služieb.*¹¹

Duben 2009 - Dostupnosť 99,884% (9483 méréni, 11 výpadků)

Květen 2009 - Dostupnosť 100% (7841 méréni, žádný výpadek)¹²

Pre administráciu portálu bude slúžiť stolový počítač HP Pavilion Elite m9363.cs ktorého procesor Procesor Intel® Core™2 Quad Q6600 a ostatné štandardné parametre budú postačovať na bezproblémovú údržbu a prevádzku.

Stolový počítač HP Pavilion Elite m9363.cs		Cena (€- eur)
Typ procesora	Procesor Intel® Core™2 Quad Q6600	550.- €
Čipová sada	čipová sada Intel® G33 Express	
Pamäť	4 GB	
Typ pamäte	DDR2-SDRAM	
Interné jednotky	500 GB	
Virtuálny server Classic		3.- € / mes. 34.- € / mes.
Typ procesora	Intel Core2Quad Q6600 (4 jadrá)	
Pamäť	4 GB RAM, garantované 512 MB	
Traffic	120 GB	
vlastná IP adresa		
Spolu		550.- € + 37.- € m.

Tabuľka 2: Návrh hardwaru

¹¹ HOST DO DOMU [online]. 2006-2008 [cit. 2009-05-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.hostdodому.sk/zaruka-kvality/>>.

¹² KYBLsoft [online]. 2006-2009 [cit. 2009-05-24]. Dostupný z WWW: <<http://mereni.kyblsoft.cz/hosting/HostDoDomu.sk>>.

4.2 NÁVRH SOFTWAREVÝCH PROSTRIEDKOV

Na virtuálnom serveri bude nainštalovaný software:

- Debian Linux – operačný systém
- APACHE 2.X – HTTP server
- Mod_Rewrite – Modul pre prepisovanie adries
- PHP 5.X – Aplikačný modul Apache
- MYSQL 5.X – Databázový server
- phpPgAdmin – sprava databáze Postgre
- Exim + Courier – Emailový klient
- WebPanel 7.X – Správa Web servera
- phpMyAdmin - správa databáze MYSQL

Na stolovom descompe bude nainštalovaný software:

- Windows XP Profesionál – operačný systém
- OpenOffice 3.0.X – kancelársky balík
- FTP klient – správa a údržba portálu
- Mozilla Firefox, Safari, Opera, Google Chrome, Internet Explorer 8 – internetové prehliadače
- NOD32 od firmy Eset – antivírusový program

4.3 NÁVRH ZABEZPEČENIA

Hotelový rezervačný portál musí byť zabezpečený proti všetkým rizikám, ktoré môžu prerušiť alebo poškodiť prevádzku portálu. *Zabezpečenie je neodmysliteľnou súčasťou každej databázy. A to nielen pred útočníkmi z vonku, ale aj útočníkmi z vnútra užívateľmi. A práve užívatelia sú tí, ktorí často robia najväčšiu šarapatu svojim nižším povedomím a tak nechtiac môžu škodiť.*¹³

Samotný rezervačný portál bude zabezpečený proti útoku a snažil sa minimalizovať možnosť útoku na aplikačnú časť portálu alebo samotnú účet klientov a ubytovacích firiem.

¹³ BLACKHOLE [online]. 2001-2008 [cit. 2009-05-20]. Dostupný z WWW: <<http://blackhole.sk/zabezpecenie-databazy-mysql-01>>.

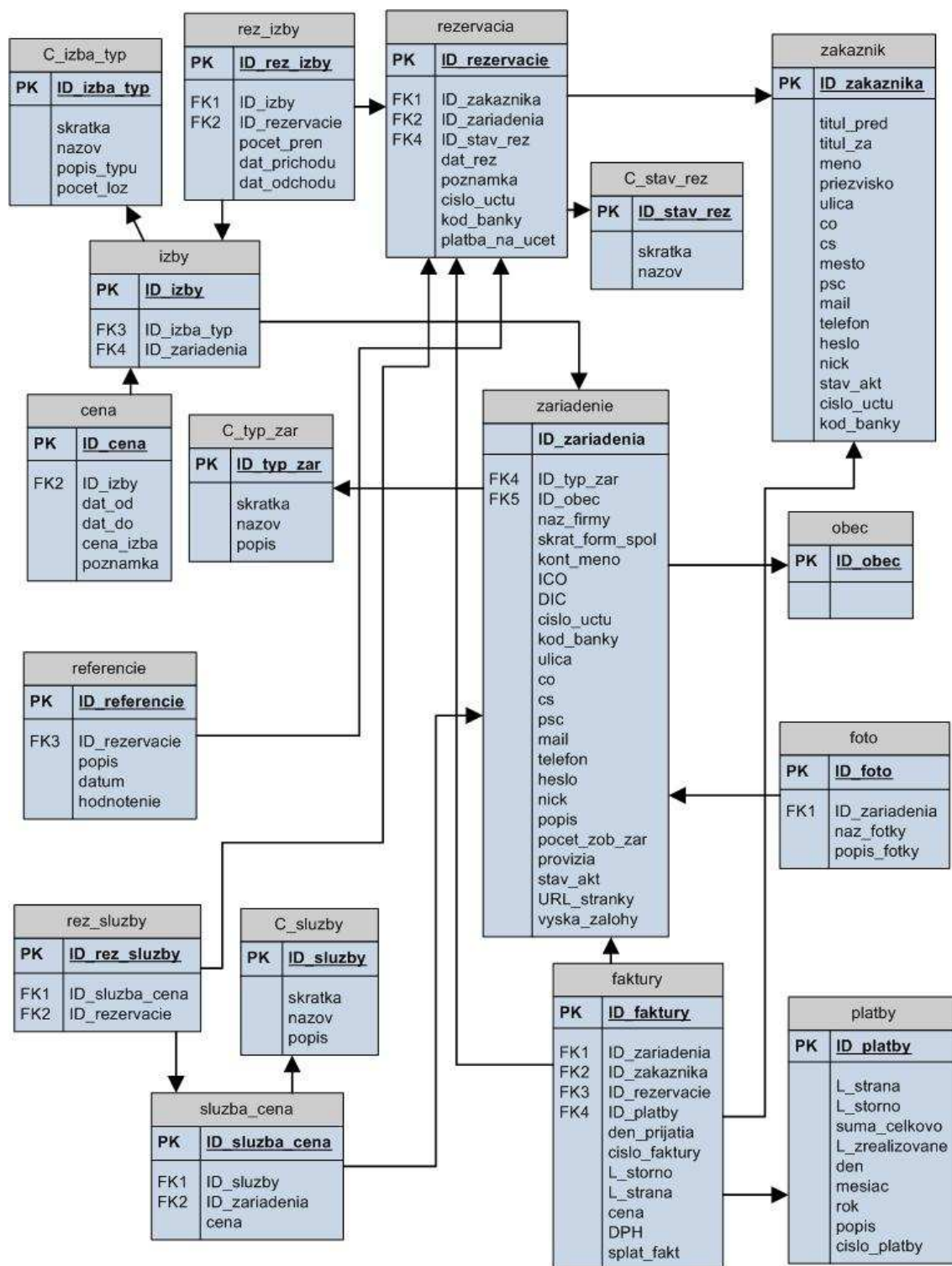
*Databázová bezpečnosť je systém, procesy, a procedúry ktoré chránia databázy pre neúmyselnou aktivitou. V UK legislatíva chráni verejnosť pred neoprávneným odkrytie osobných informácií uschovaných kvôli chybe databázy. UK základne organizácie udržiavajú osobné dáta v elektronickom formáte ktoré sú požadované do registrov pre splnomocnencov.*¹⁴

Riziká, ktorými môže byť portál napadnutý a proti ktorým bude zabezpečený:

- PHP injection – napadnutí PHP scriptov
- SQL injection – metóda využívajúca nedostatky programátorov databázy
- Cross Site Scripting (CSS nebo XSS) – vloženie škodlivého kódu na naše stránky
- Cross Site Request Forgery (CSRF nebo XSRF) – útok podložený falošnou požiadavkou
- Cookie/Session stealing – dočasné uchovávanie dát na serveri
- Cacheování citlivých dát
- Odposluch kritických informácií
- Neošetrení podvrhnutelných vstupov
- Nezabezpečený upload
- Man-in-the-middle attack pri prenose kritických informácií
- Slovníkový útok (Dictionary Attack)
- Šifrovanie citlivých informácií v databáze
- Útok hrubou silou (Brute Force Attack)

¹⁴ WIKIPEDIE [online]. 2009 [cit. 2009-05-20]. Dostupný z WWW:
<<http://sk.wikipedia.org/wiki/Datab%C3%A1za#Bezpe.C4.8Dnos.C5.A5>>.

4.4 NÁVRH DATABÁZY



Obrázok 3: Návrh databázy

4.4.1 SLOVNÝ POPIS TABULIEK

zakaznik

Tabuľka registrovaných používateľov, zákazníkov, ktorí si môžu rezervovať ubytovaciu službu. V rámci funkčnej analýzy je v tejto tabuľke aj heslo, avšak o prihlasovanie a zabezpečenie sa stará systémová vrstva IS vybavená zabezpečovacími funkciami.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_zakaznika	INTEGER	10	Primárny kľúč
titul_pred	VARCHAR	10	Titul pred menom
titul_zo	VARCHAR	10	Titul za menom
meno	VARCHAR	30	Kraj región zariadenia
Priezvisko	VARCHAR	30	Okres zariadenia
Ulica	VARCHAR	30	Mesto obec zariadenia
Co	INTEGER	10	Číslo domu
Cs	INTEGER	10	Popisné číslo
mesto	VARCHAR	30	Mesto bydliska zákazníka
Pcs	INTEGER	5	Poštové smerovacie číslo
Mail	VARCHAR	30	Email
Telefon	INTEGER	15	Telefónne kontaktné číslo
Heslo	VARCHAR	15	Heslo
Nick	VARCHAR	15	Nick
stav_akt	NUMBER	1	Výber: 1-neaktívne 0-aktivované
cislo_uctu	INTEGER	12	Číslo účtu
kod_banky	INTEGER	4	Kód banky

Tabuľka 3: zákazník

rezervacia

Tabuľka rezervácií uskutočnených zákazníkom v konkrétnom zariadení v konkrétnom type izby.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_rezervacie	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_zakaznika	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_zariadenia	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_stav_rez	INTEGER	10	Cudzí kľúč
dat_rez	DATETIME	-	Dátum uskutočnenia rezervácie
Poznamka	TEXT	-	Poznámka

cislo_uctu	INTEGER	12	Číslo účtu
kod_banky	INTEGER	4	Kód banky
Platba_na_ucet	INTEGER	12	Platby

Tabuľka 4: rezervácia

C_stav_rez

Číselník priradzujúci stav rezervácii .

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_stav_rez	INTEGER	10	Primárny kľúč
Skratka	CHAR	3	Skratka stavu rezervácie
Nazov	VARCHAR	30	Názov stavu

Tabuľka 5: C_stav_rez

C_izba_typ

Číselník priradzujúci izbe jej typ.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_izba_typ	INTEGER	10	Primárny kľúč
Skratka	CHAR	3	Skratka typu zariadenia
Nazov	VARCHAR	30	Názov izby
popis_typu	TEXT	-	Popis izby vybavenie
pocet_loz	INTEGER	1	Počet lôžok na izbe

Tabuľka 6: C_izba_typ

cena

Tabuľka priradzujúca cenu izby podľa dátumu v roku.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_cena	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_izby	INTEGER	10	Cudzí kľúč
dat_od	DATE	-	Dátum príchodu
dat_do	DATE	-	Dátum odchodu
cena_izba	INTEGER	7	Cena radená k izbe
Poznamka	TEXT	-	Informácie

Tabuľka 7: cena

izby

Dekom pozičná tabuľka typov izieb a zariadením.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_izby	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_izba_typ	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_zariadenia	INTEGER	10	Cudzí kľúč

Tabuľka 8: izby

rez_izby

Tabuľka spájajúca rezerváciu s izbami. Obsahuje počet prenocovaní.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_rez_izby	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_izby	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_rezervacie	INTEGER	10	Cudzí kľúč
pocet_pren	INTEGER	3	Počet prenocovaní k izbe
dat_prichodu	DATE	-	Dátum príchodu klienta
dat_odchodu	DATE	-	Dátum odchodu klienta

Tabuľka 9: rez_izby

referencie

Tabuľka pridáva slovnú referenciu a bodové ohodnotenie ku každej zrealizovanej rezervácii.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_referencie	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_rezervacie	INTEGER	10	Cudzí kľúč
Popis	VARCHAR	30	Popis slovný referencia
datum	DATE	-	Dátum pridania
Hodnotenie	INTEGER	2	Hodnotenie od 1 do 10 zariadenia

Tabuľka 10: referencie

zariadenie

Tabuľka ubytovacieho zariadenia. Obsahuje základné údaje o zariadení, popis. V rámci funkčnej analýzy je v tejto tabuľke aj heslo, avšak o prihlasovanie a zabezpečenie sa stará systémová vrstva IS.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
---------	-----	-------	-------

ID_zariadenia	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_typ_zar	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_obec	INTEGER	10	Cudzí kľúč
naz_firmy	VARCHAR	30	Názov firmy
skrat_form_spol	VARCHAR	10	Skratka spoločnosti za názov
kont_meno	VARCHAR	30	Meno kontaktnej osoby
ICO	INTEGER	8	IČO firmy
DIC	VARCHAR	12	DIČ firmy
cislo_uctu	INTEGER	10	Číslo účtu bankového účtu klienta
kod_banky	INTEGER	4	Číslo banky klienta
ulica	VARCHAR	30	Ulica zariadenia
co	INTEGER	10	Číslo domu
cs	INTEGER	10	Popisné číslo
psc	INTEGER	5	Poštové smerovacie číslo
mail	VARCHAR	30	Email kontaktný
telefon	INTEGER	15	Telefón zariadenia
heslo	VARCHAR	15	Heslo prístupové
nick	VARCHAR	15	Nick zariadenia prístupový
popis	TEXT	-	Popis zariadenia slovný
poc_zob_zar	INTEGER	10	Počet zobrazení na portály
provizia	INTEGER	3	Provízia pre portál pre dané zariadenie
stav_akt	NUMBER	1	Výber: 1-neaktívne 0-aktivované
URL_stranky	VARCHAR	50	URL stránky zariadenia
Vyska_zalohy	INTEGER	3	Výška zálohy zo 100 percent

Tabuľka 11: zariadenia

C_typ_zar

Tabuľka slúži ako číselník priradenia typu zariadeniu.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_typ_zar	INTEGER	10	Primárny kľúč
skratka	CHAR	3	Skratka typu zariadenia
nazov	VARCHAR	30	Názov izby
popis	TEXT	-	Popis izby vybavenie

Tabuľka 12: C_typ_zar

obec

Tabuľka slúži k určeniu zaradenia ubytovacieho zariadenia. Je prepojená na presnú lokalizáciu zariadenia čo znamená, že na danom formulári bude AJAX ovými prvkami postupne hierarchicky doťahovaná v poradí Kraj, Okres, Obec. Následne bude možné filtrovať zariadenia podľa Obcí, Okresov či Krajov. Každému zariadeniu je priradená Obec.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_obec	INTEGER	10	Primárny kľúč

Tabuľka 13: obec

foto

Tabuľka slúži k priradeniu fotiek k určitému ubytovaciemu zariadeniu.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_foto	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_zariadenia	INTEGER	10	Cudzí kľúč
naz_fotky	VARCHAR	30	Názov fotky
popis_fotky	TEXT	-	Popis fotky

Tabuľka 14: Fotky

rez_sluzby

Tabuľka priradzuje cenu za službu určitej rezervácii.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_rez_sluzby	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_sluzba_cena	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_rezervacie	INTEGER	10	Cudzí kľúč

Tabuľka 15: rez_sluzby

sluzba_cena

Tabuľka slúži k priradeniu ceny služieb zariadeniu.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_sluzba_cena	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_sluzby	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_zariadenia	INTEGER	10	Cudzí kľúč
cena	INTEGER	7	Cena priradená k službe pre zariadenie

Tabuľka 16: sluzba_cena

C_sluzby

Číselník služieb.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_sluzby	INTEGER	10	Primárny kľúč
skratka	CHAR	3	Skratka služby
nazov	VARCHAR	30	Názov služby
popis	TEXT	-	Popis služby

Tabuľka 17: C_sluzby

faktury

Tabuľka, ktorá priradzuje faktúru zariadeniu, zákazníkov, rezervácii a platbe.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_faktury	INTEGER	10	Primárny kľúč
ID_zariadenia	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_zakaznika	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_rezervacie	INTEGER	10	Cudzí kľúč
ID_platby	INTEGER	10	Cudzí kľúč
den_priatia	DATETIME	-	Deň priatia faktúry
cislo_faktury	INTEGER	10	Číslo faktúry
L_storno	NUMBER	1	1 - príznak, 0 - nejde
L_strana	NUMBER	1	1 - platba zákazníkovi, 0 - platba firme
cena	INTEGER	7	Cena
DPH	INTEGER	2	Daň s pridanej hodnoty v %
splat_fakt	DATE	-	Dátum splatnosti

Tabuľka 18: faktury

platby

Tabuľka platieb obsahujúca doplňujúce informácie a stavy platby.

Atribút	Typ	Dĺžka	Popis
ID_platby	INTEGER	10	Primárny kľúč
L_strana	NUMBER	1	1 - platba klientovi, 0 - platba zákazníkovi
L_strana	NUMBER	1	1 - príznak, 0 - nejde
suma_celkovo	INTEGER	7	Celková suma pre platbu

L_zrealizované	NUMBER	1	1 - zrealizovaná, 0 - nezrealizovaná
Datum_realizacie	DATE	-	Deň prebehnutia
mesiac	INTEGER	2	Platby za mesiac
rok	INTEGER	4	Platby v roku
popis	TEXT	-	Popis poznámka
cislo_platby	INTEGER	10	Číslo platby

Tabuľka 19: platby

4.5 REZERVAČNÝ PROCES

Rezervačný proces pozostáva z troch hlavných častí. Prvá časť je samotná rezervácia ubytovania klientom a komunikácia portálu zo zariadením, spojená s platbou zálohy za ubytovanie. Druhá časť je registrácia zariadenia do hotelového rezervačného portálu. Tretia časť je registrácia klienta o ubytovanie v hotelovom rezervačnom portáli.

4.5.1 PROCES REZERVÁCIE UBYTOVANIA

Slovný popis rezervácie ubytovania

Rezervácia ubytovania prebehne po prihlásení klienta v hotelovom rezervačnom portáli buď hneď na začiatku pred výberom samotného zariadenia alebo po výbere zariadenia pred samotnou rezerváciou.

Klient si po príchode na úvodnú stránku portálu vyberie zariadenie podľa kraja, okresu alebo obce v ktorom ma záujem o ubytovanie. Následne si vyberie zo zoznamu zariadenie v ktorom si chce rezervovať ubytovaciu službu. Po kliknutí na požiadavku rezervácie dôjde k overeniu prihlásenia klienta v rezervačnom portáli. Ak klient nie je ešte prihlásený a neučinil tak po príchode na rezervačný portál dôjde k vyzvaniu na prihlásenie prostredníctvom nicku a hesla klienta. Po úspešnom overení prihlásenia si bude môcť klient vybrať dátum príchodu a dátum ukončenia pobytu v zariadení.

Vyberie si typ izby podľa ponuky zariadenia. Prípadne doplnkovú službu zariadenia a poslednou možnosťou bude pridanie poznámky alebo inú prípadnú požiadavku.

Následne odošle požiadavku k rezervácii a rezervačný portál odošle mailom ponuku dopytu vybranému zariadeniu. Email pre ubytovacie zariadenie bude obsahovať dátum príchodu a odchodu a výber izby prípadne izieb. Pod nimi budú dve linky pre potvrdenie ubytovania, nepotvrdenie ubytovania. Čas na potvrdenie kladné alebo negatívne je 12 hodín od dátumu rezervácie po uplynutí sa rezervácia automaticky zruší.

Po potvrdení rezervácie zariadením bude zákazník informovaný emailom. V prípade negatívnej odpovede na dopyt po ubytovaní si vyberá iný dátum prípadne zariadenie.

Potvrdením termínu pobytu dochádza k vyzvaniu klienta k platbe zálohy za ubytovanie. Klient elektronicky uhradza platbu do 24 hodín, v prípade neuhradenia sa rezervácia ruší. Ak klient uhradí zálohovú platbu dôjde k potvrdeniu rezervácie v systéme a klientovi sa zasiela doklad o zaplatení pre preukázanie sa pri nástupe v ubytovacom zariadení a zariadeniu je zaslaný email záväzného uskutočnenia rezervácie s prebehnutou platbou klientom.

V prípade storna ubytovania klientom dochádza k spätnému vyplateniu časti zo zálohy. Od zálohovej platby je odpočítaný storno poplatok, ktorý si zariadenie pri registrácii určilo. Klientovi sa vracia časť platby a zariadeniu sa oznamuje zrušenie rezervácie a poplatok storna je na konci mesiaca odoslaný zariadeniu.

V prípade prebehnutia pobytu a neoznámení storna rezervácie umožňuje klientovi pridanie referencie a hodnotenie zariadenia. Toto pridávanie referencií zariadeniu bude slúžiť ako hlavná doplnková služba poskytujúca klientom prehľad o hodnotení už ubytovanými klientmi prostredníctvom hotelového rezervačného portálu.

Procesný diagram

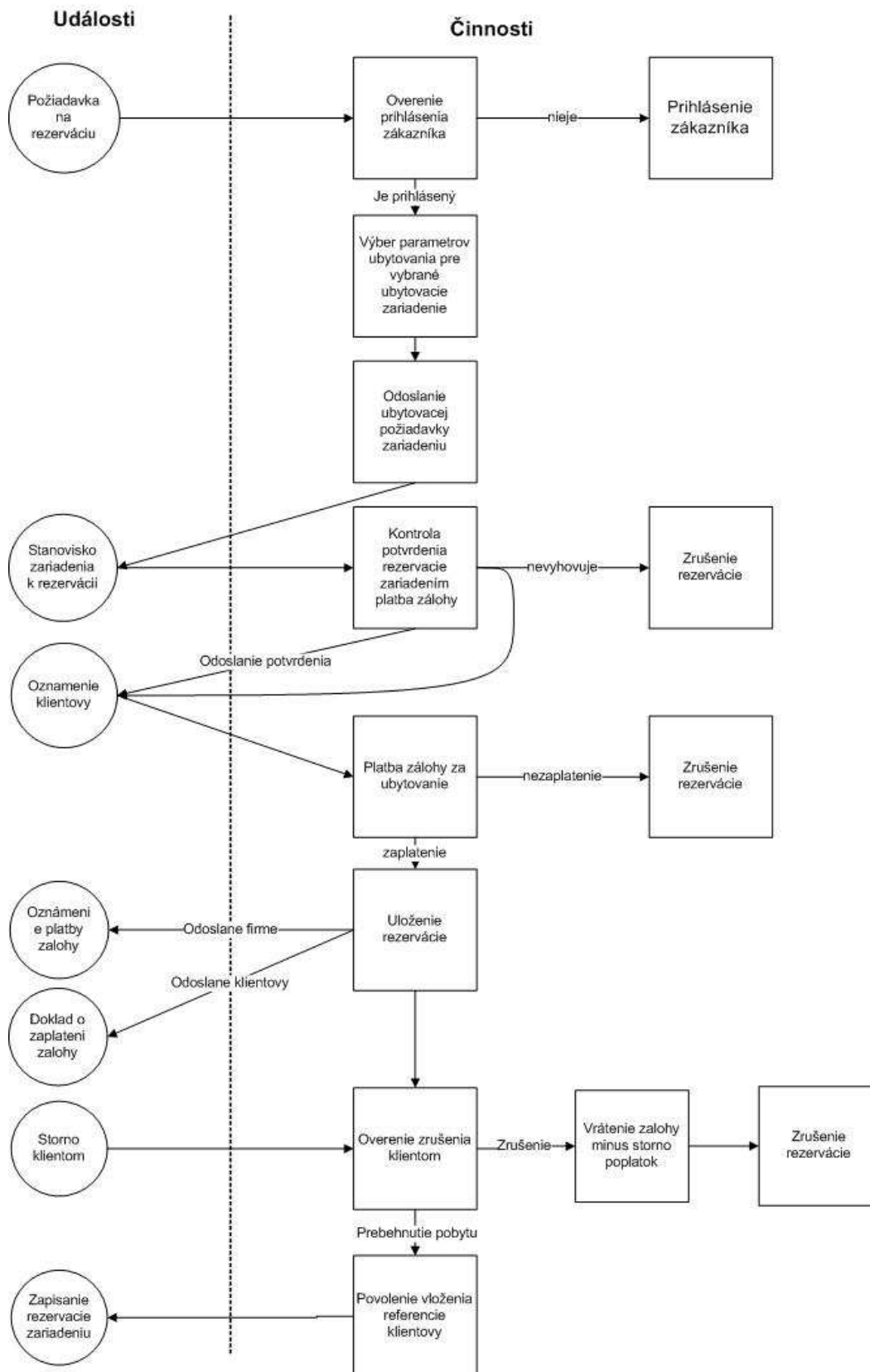


Diagram 1: Procesný diagram rezervácie

4.5.2 PROCES REGISTRÁCIE ZARIADENIA

Slovný popis registrácie zariadenia

Proces registrácie ubytovacieho zariadenia začína užívateľ zadaním požiadavky o registráciu zariadenia. Na portáli je zvolením si kliknutia na odkaz pridanie zariadenia.

Užívateľ vyplní požadované údaje o ubytovacom zariadení, určí výšku zálohových platieb za ubytovanie a zvolí si typ a spôsob platieb, ktoré mu vyhovujú, určí si storno platby a odošle ich. Server skontroluje podľa zadaného emailu a ICO či už zariadenie nie je pridané. Ak zariadenie systém nájde v databáze zhodný email ale ICO ponúkne možnosť zaslania zabudnutého hesla na email alebo telefonický kontakt na administráciu portálu. Ak nie tak mu následne emailom príde overenie aktivácie zariadenia a následným kliknutím na odkaz v emaile sa zariadenie aktivuje do systému. Administrátorovi portálu sa následne zobrazí pridané zariadenie a telefonicky kontaktuje zariadenie a oboznamuje zástupcu zariadenia s podmienkami provízie, platby a po dohovore a podpise zmluvy so zariadením administrátor pridá fotky zariadenia a aktivuje zariadenie na hotelovom rezervačnom portáli.

Vývojový diagram

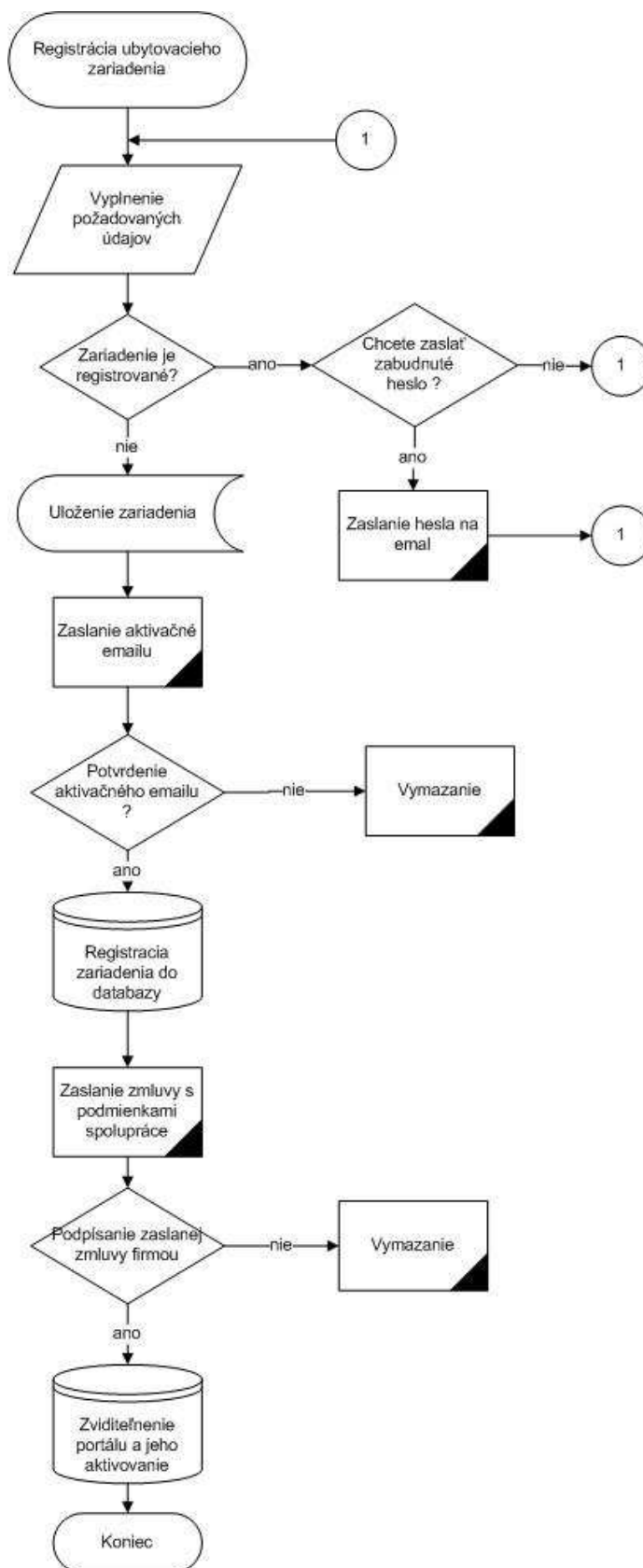


Diagram 2: Vývojový diagram registrácie zariadenia

4.5.3 PROCES REGISTRÁCIE KLIENTA

Slovný popis registrácie klienta

Proces registrácie klienta začína zadáním požiadavky o registráciu klienta. Na portáli je zvolením si kliknutia na odkaz registrácia klienta v pravom hornom rohu stránky.

Následne klient musí vyplniť nutné údaje o sebe a odošle ich. Server skontroluje podľa emailu či už klient nie je registrovaný. Ak už je registrovaný, má možnosť odoslania zabudnutého hesla na email. Ak nie je registrovaný, na email mu príde overenie registrácie a následným potvrdením kliknutím na odkaz sa klient aktivuje v systéme a má možnosť prihlásenia sa do systému hotelového rezervačného portálu.

Vývojový diagram

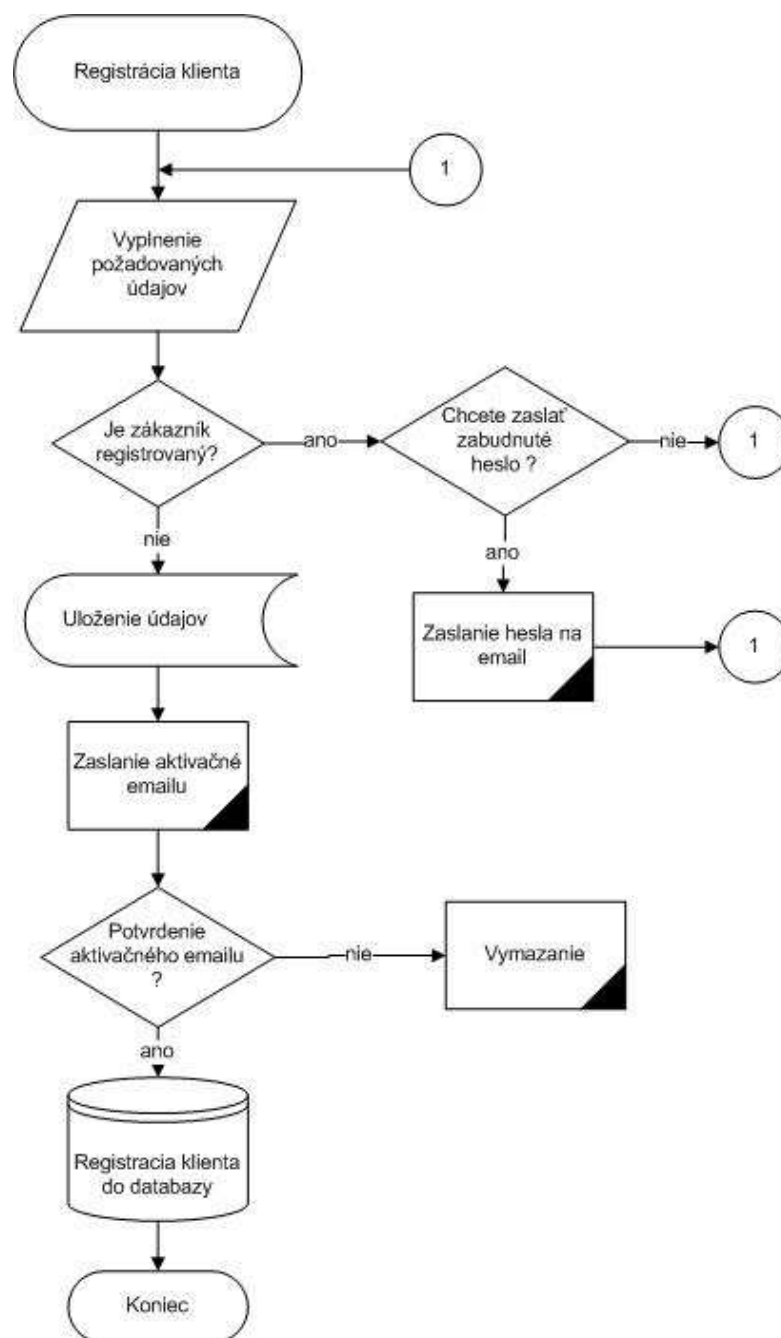


Diagram 3: Vývojový diagram registrácie zákazníka

4.5.4 PROCES STORNA REZERVÁCIE

Slovný popis

Storno rezervácie prebehne na podnet klienta, ktorý zadal pri rezervácii dopyt po ubytovacej službe a pri potvrdení voľného termínu a zaplatení zálohovej čiastky určenej si zariadením pri registrácii.

Stornovať rezerváciu klient stornuje pri prihlásení sa do systému rezervačného portálu a prihlásení sa. V pravom rohu po kliknutí na rezervácie sa mu objaví zoznam uskutočnených rezervácií a ku každej z nich prípadne jednej sú udané informácie a možnosti: storno rezervácie, stav zaplatenia zálohy, dátum a čas uskutočnenej rezervácie a storna poplatkov zo zaplatenej zálohy v na väznosti k dobe, ktorá ostáva do priebehu samotného pobytu.

Kliknutím na storno rezervácie dôjde k stornovaniu rezervácie a k zaslaní emailu ubytovaciemu zariadeniu, ktorému sa storno ubytovania oznamuje, pre uvoľnenie rezervovaného termínu. Tým pádom dochádza k vráteniu časti zálohy za ubytovanie späť klientovi podľa pre dom dohodnutých pravidiel, ktoré si určilo zariadenie a klient pri rezervácii s nimi súhlasil. U klienta to bolo pri samotnej rezervácii a u firmy to bolo pri podpise zmluvy s hotelovým rezervačným zariadením. Klientovi sa vracia záloha od ktorej je odpočítaný storno poplatok a zariadeniu sa odosiela storno poplatok, ktorý bol odpočítaný od zálohovej platby klientovi.

Diagram

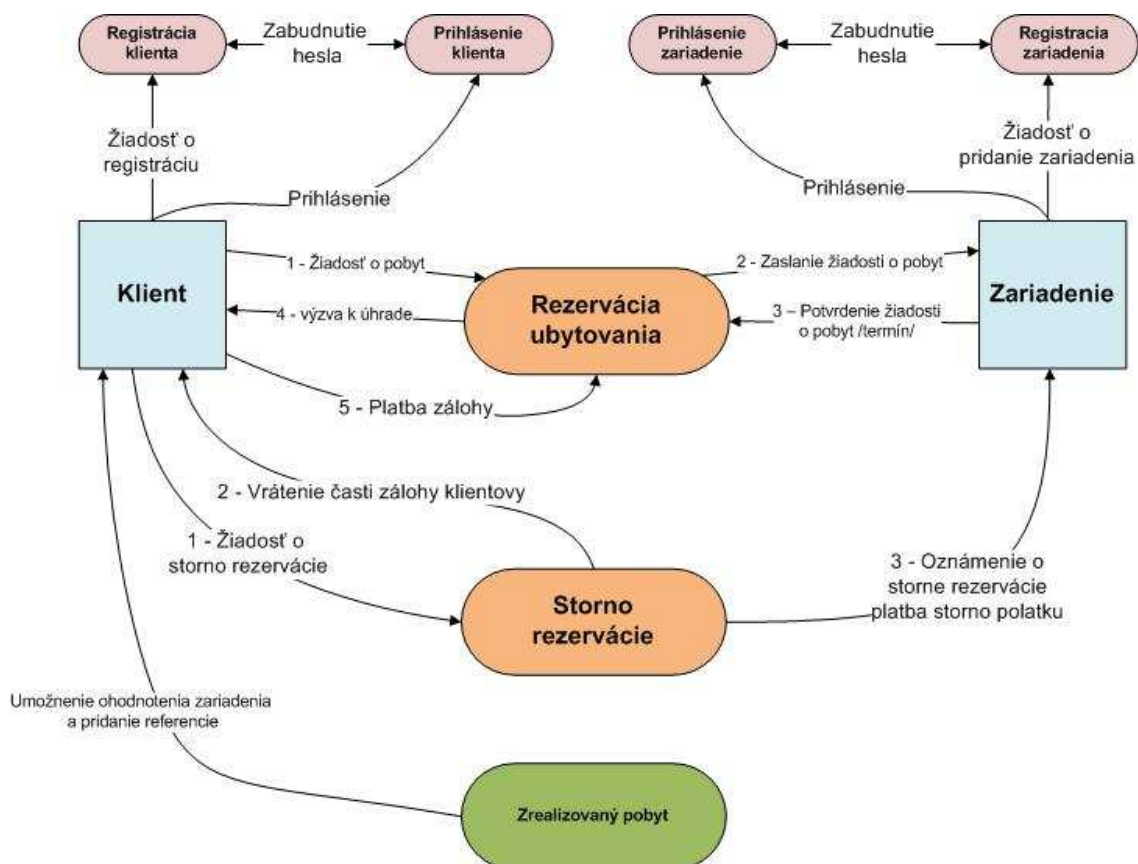


Diagram 4: Diagram rezervácie a storna

4.6 PROCES PLATBY

Platba klienta bude vykonávaná elektronicky prostredníctvom elektronických služieb bánk a bude smerovaná na jeden účet firmy Hotel ARKADA s.r.o., ktorý bude slúžiť výhradne na príjem záloh rezervácii a súčasne na vydaj platieb zariadeniam.

4.6.1 POPIS PROCESU PLATBY

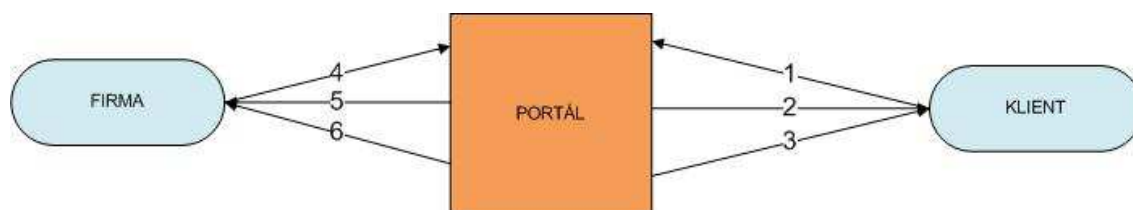


Diagram 5: Diagram procesov platby

Číslo	Činnosť	Popis
1	Platba zálohy zariadeniu	Platba zálohy príjem zálohy portálom.
2	Odoslanie voucheru	Portál vystaví doklad zákazníkovi o vyúčtovaní platby.
3	Storno zákazníkom	Portál vystaví vrubopis a vráti peniaze klientovi. Suma ponížená o storno poplatkov.
4	Firma vystavuje	Firma vystaví faktúru na platbu záloh a storno poplatkov
5	Portál vystavuje	Portál vystaví províziu faktúru kde bude oznámenie o vzájomnom zápočte
6	Portál platí	Portál uhrádza do 5 dní prijaté zálohy a storno poplatky ponížené o províziu

Tabuľka 20: Platby

4.6.2 PLATBA KLIENTA

Klient po vyzvaní portálom na platbu po prihlásení do portálu má možnosť si vybrať spôsob platby, ktorý mu najviac vyhovuje. Platby na portále sú uskutočňované prostredníctvom systémov bánk a sú bezpečné a chránené systémom banky. Všetky údaje spracováva banka a nie portál. *Okamžite po vykonaní objednávky sú peniaze z jeho účtu poukázané na účet obchodníka.*¹⁵ Portál využíva tieto platobné služby:

- Tatra Pay – Tatra Banka
- e Platby VUB – Všeobecná Úverová Banka
- SporoPay – Slovenská sporiteľňa
- CardPay – medzinárodná služba pre platbu embusovanými kartami

¹⁵ Tatra Banka [online]. 2009 [cit. 2009-04-15]. Dostupný z WWW: <http://www.tatrabanka.sk/cms/page/sk/fyzicke_osoby/elektronicke_bankovnictvo/tatrapay.html>.

4.7 PROPAGÁCIA PORTÁLU A DIZAJN

4.7.1 NÁVRH VZHĽADU PORTÁLU

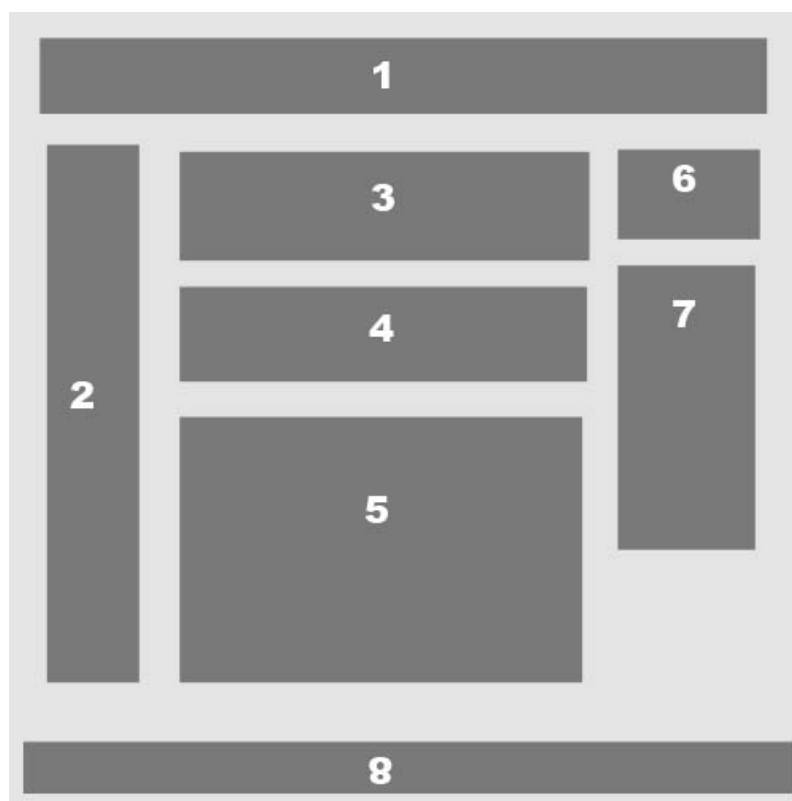
Samotný prvotný vzhľad rezervačného portálu vytvára v klientovi pocit dôvery, funkčnosti a serióznosti. Preto je veľmi dôležitý dizajn, usporiadanie funkcií a prehľadnosť jednotlivých funkcií vyhľadávania a prihlasovania sa.

Základným prvkom upútania klienta sa bude portál snažiť mapou umiestnenou hneď v strede úvodnej strany a výpisom regiónov na ľavej strane. Dôležitým aspektom je taktiež zvýraznenie veľkého počtu zariadení a to vyhľadávaním a kategorizovaním zariadení podľa regiónu, okresu a obce. Ďalej je to podľa druhu zariadenia na hotely, penzióny, ubytovne, wellness hotely a v neposlednom rade usporiadanie podľa ceny ubytovania.

Jakob Nielsen zdôrazňuje v svojich článkoch predovšetkých použiteľnosť (usability) webových sídiel. Použiteľnosť môžeme charakterizovať ako kvalitatívny atribút internetových stránok, ktorý určuje, ako ľahko sa na nich používateľ orientuje, ako rýchlo pochopí ich usporiadanie a ovládanie a aký zážitok si z nich odnesie. Použiteľnosť definujeme prostredníctvom piatich kvalitatívnych zložiek: Naučiteľnosť, Výkonnosť, Zapamätateľnosť, Chybovosť, Spokojnosť.¹⁶

¹⁶ NIELSEN, J. 2005. *Top Ten Web Design Mistakes of 2005* [online]. October 3rd, 2005. [cit. 2009-05-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.useit.com/alertbox/designmistakes.html>>.

Návrh úvodnej strany:



Obrázok 4: Návrh úvodnej strany portálu

Číslo	Obsah
1	logo portálu obsahujúce názov a link na úvodnú stranu portálu
2	zoznam základných regiónov
3	mapa Slovenska s možnosťou interaktívneho kliknutia a výberu regiónu
4	výber základných kritérií regiónu, okresu alebo obce
5	posledné pridané zariadenia
6	prihlasovací formulár
7	linky portálu, link pridania ubytovacieho zariadenia, reklamne bannery zariadení
8	pätička ukončenie stránky Copyright ©

Tabuľka 21: Obsah návrhu úvodnej strany portálu

4.7.2 SEO OPTIMALIZÁCIA PORTÁLU

SEO optimalizácia portálu bude považovaná za jednu z najdôležitejších bodov propagácie portálu na internete. Jej úlohou bude:

- prísun nových zákazníkov na portál prostredníctvom fulltextových vyhľadávačov
- zameranie sa na kľúčové slová časti regiónov a miest či už v title alebo description, tým sa zamerať na popredné miesta vo vyhľadávačoch, nie na slová ako hotel, ubytovanie, ktoré síce majú svoju váhu ale na konkrétne obce alebo mestá a tých potenciálnych zákazníkov, ktorí majú skutočný záujem o ubytovanie
- zamerať sa na tzv. Linkbuilding tým pádom na čo najvyšší PageRank stránky a tým vymedziť polohu portálu ako silnej stránky a upevniť jej postavenie vysoko vo fulltextových vyhľadávačoch
- posledným faktorom zameriavajúcim sa na čo najlepšie umiestnenie vo fulltextových vyhľadávačoch je bohatosť textu taktiež na kľúčové slová a na správne štruktúrovanie textu do odstavov čo umožňuje lepšie čítanie stránky robotom indexujúcim stránku.

4.7.3 PROPAGÁCIA PORTÁLU

Propagácia portálu by mala prebiehať v čo najširšom meradle, avšak s dôrazom na investovanie v určitom obmedzenom finančnom strope.

Hotelový rezervačný portál sa po uplynutí testovacieho spustenia registrácie firiem bude registrovať do všetkých dostupných katalógov a registrov firiem. To môže priniesť síce malú časť klientov na rezervačný portál ale zvýši sa tým PageRank a začne sa indexácia fulltextových vyhľadávačov portálu.

Ďalším kritériom propagácie bude výmena spätných odkazov v dolnej lište portálu a tým zvyšovanie už spomínaného PageRank, ktorý má pozitívny vzťah k umiestneniu sa vo fulltextových vyhľadávačoch čo bude mať tvoriť jeden z hlavných aspektov úspechu a rezervačného portálu – prísunu nových klientov.

4.7.4 PRÍSUN A ZÍSKANIE UBYTOVACÍCH ZARIADENÍ

V období prípravy a testovania portálu a zavádzaním ho do skúšobnej prevádzky bude realizované oslovovanie firiem s poskytujúcimi ubytovacie služby a to zariadenia typu:

- Hotely kategórii: **, ***, ****
- Wellness Hotely
- Penzióny
- Ubytovne

Priebeh získavania ubytovacích zariadení

Situácia v turistickom ruchu a v ruchu ubytovania nie je veľmi pozitívna a ubytovacie zariadenia majú značný problém so zabezpečením si klientov a vy obsadením si svojich kapacít. Z tohto dôvodu je predpokladaný záujem firiem o zaradenie do ubytovacieho rezervačného portálu očakávaný. Ďalšou z výhod portálu je bezplatná registrácia do portálu a efektívnosť a príjem pre ubytovacie zariadenia z neho.

Firmy poskytujúce ubytovacie služby na Slovensku budú oslovované mailovou ponukou v dobe testovacieho spustenia portálu a následne kontaktované telefonicky pre ujasnenie podmienok spolupráce s rezervačným portálom. Následne po dohode bude doporučene zaslaná zmluva pre firmu, v ktorej budú zakotvené základne právne nevyhnutné podmienky spolupráce, storno poplatky, výška zálohy za ubytovanie a zaviazanie sa k 10 percentnej provízii z uskutočneného pobytu rezervovaného prostredníctvom hotelového rezervačného portálu.

Firma sa následne registruje a pridá do hotelového rezervačného portálu a upraví si údaje o svojom zariadení podľa svojej kategorizácie, služieb, ktoré poskytuje a nastaví si aktuálnu cenu na najbližší rok 2009 a 2010.

Po spustení plnej prevádzky hotelového rezervačného portálu sa budú firmy môcť na stránke sami registrovať v registrácii pre ubytovacie zariadenia.

Návrh hotelového rezervačného portálu som konzultoval aj s inými hotelovými zariadeniami, ktoré prejavili záujem o registráciu v tomto navrhovanom systéme.

PRÍLOH

4.7.5 REKLAMA HOTELOVÉHO REZERVAČNÉHO PORTÁLU

Reklamná kampaň bude ďalšou dôležitou súčasťou propagácie hotelového rezervačného portálu. Slovenský internet momentálne ponúka internetovú reklamu prostredníctvom týchto firiem:

- Google Adwork – firma Google
- Etarget.sk prevádzkovou spoločnosťou Etarget SE
- eReklama.sk
- Klikačka.sk
- AdFox.sk – momentálne pozastavená činnosť
- 4ever.sk

Reklamná kampaň pomocou služby Google Adwork

Služba Adwork je v dnešnej dobe jednou z najefektívnejších možností propagácie nie len na fulltextovom vyhľadávači Google ale aj na jeho partnerských webových stránkach využívajúcich služby AdSense.

Reklamná kampaň prostredníctvom služby AdWork bude zameraná na kľúčové slova už spomenutých regiónov a miest. Kombináciou slova: hotel a ubytovanie spolu s názvom obce alebo regiónu by mala podľa analýz firmy Google vysoký efekt pri miere prekliknutia (CTR) pre stránku ako samotné slovo hotel alebo ubytovanie. Nastavenie hodnoty a rozpočtu pre jednotlivé slová umožní po 3 mesačnej prevádzke webu vyhodnotenie efektivity a ziskovosti jednotlivých regiónov a kľúčových slov.

Služba Adwork umožní komplexné sledovanie a nasledovné sledovanie a porovnávanie výnosov z rezervácií prostredníctvom rezervačného portálu s investovanými prostriedkami na reklamnú kampaň spoločnosti Google.

Na analýzu preklikovosti či už jednotlivých slov alebo regiónov nám môže poslúžiť súčasná implementácia využívania služby Google Adwork so službou Google Analytics. Prehľady týchto dvoch služieb nám poskytnú dokonalý prehľad o prístupovosti na hotelový rezervačný portál a tým nám umožnia analyzovať nastavenia a cenu kľúčových slov pre reklamnú kampaň Google Adwork.

5 EKONOMICKÉ ZHODNOTENIE, PRÍNOS NÁVRHU RIEŠENIA

5.1 NÁKLADY PROJEKTU

Náklady projektu hotelového rezervačného systému je rozdelený do dvoch hlavných častí.

Základnou prvou časťou nákladov je prvotný nákup hardwaru a realizácia hotelového rezervačného portálu.

Ďalšou časťou sú prevádzkové náklady, oportunitné náklady sú spojené s reklamnou kampaňou, prevádzkovými nákladmi a bežnými prevádzkovými nákladmi, ktoré z hlavnej časti budú implementované splynú s nákladmi firmy Hotel ARKADA s.r.o.

5.1.1 PRVOTNÉ NÁKLADY

- Hardware
- Realizácia

5.1.2 PREVÁDZKOVÉ NÁKLADY

- Správa servera, domény
- Reklamná kampaň Adwork
- Propagačné náklady portálu

5.1.3 ODHAD NÁKLADOV

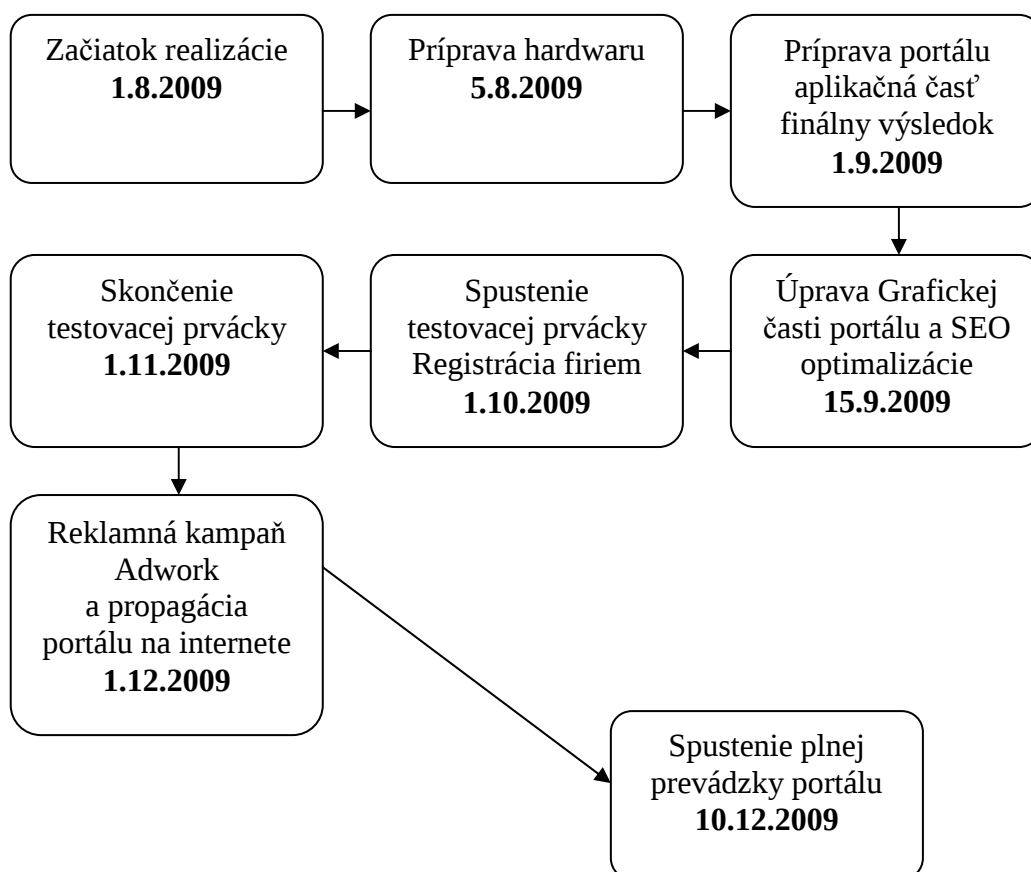
Položka	Cena (€ - Eur)
Prvotné náklady	
Nový hardware - stolový počítač	550.- €
Realizácia	1000.- €
Prevádzkové náklady (uvedené pre rok)	
Virtuálny server	450.- €
Reklamná kampaň	2000.- €
Propagačné náklady	1000.- €
Spolu	5 000.- €

Tabuľka 22: odhad nákladov

Náklady na reklamnú kampaň sú určené predbežne jednorazovým vkladom na účet Google Adwork. Samotná cena reklamnej kampane je odvodená od preklikov čiže CPC – cena za klik. Zvyšovaním preklikovosti sa bude analyzovať ziskovosť a postupne upravovať v prípade konštantného zvýšenia zisku portálu sa táto kampaň bude priebežne navrhovať, poprípade zvyšovať denný rozpočet určený na najviac efektívne slová.

Ďalšie náklady spojené s rezervačným portálom budú prepojené na súčasný informačný systém firmy Hotel Arkada s.r.o.

5.2 ČASOVÝ RÁMEC PROJEKTU



Obrázok 5: Grafické znázornenie časového rámca projektu

5.3 OČAKÁVANÉ PREDPOKLADANÉ PRÍNOSY

5.3.1 PRÍNOS PORTÁLU

Prínosom hotelového rezervačného portálu môžeme považovať jeho aktuálnosť a možné riešenie systému rezervácie ubytovania prostredníctvom internetu.

Základným prínosom by mal byť finančný zisk s prevádzky portálu. Ten bude závisieť od sledovania či už reklamných kampaní ale aj od provízií pre ubytovacie zariadenia a zvýhodnených podmienok získaných pre klientov. Po dosiahnutí a neustálom doladovaní grafických nedostatkov si môže portál vytvoriť stabilnú klientelu.

Prínosy klienta:

- Garantovaná pultová cena
- Prehľadnosť
- Možnosť výberu a porovnania ubytovacích zariadení
- On-line zálohové platby

Prínos ubytovacieho zariadenia:

- Prísun klientov
- Cena za konkrétneho klienta
- Prezentácia zariadenia zadarmo
- Zálohové platby rezervácie

Prínos hotelového rezervačného portálu:

- Finančný spoločnosti Hotel Arkada s.r.o. prevádzkovateľa hotelového rezervačného portálu z provízie za sprostredkované ubytovanie a prípadné reklamné činnosti pri zvýhodňovaní jednotlivých portálov na platených miestach.

5.3.2 FINANČNÝ PRÍNOS

Finančný prínos portálu bude získaný prostredníctvom dvoch základných častí príjmu.

Prvá provízna časť portálu zabezpečí cca. 10 percentnú províziu z realizovaných rezervácií prostredníctvom hotelového rezervačného portálu. Tento príjem rezervačného portálu bude tvoriť hlavnú časť príjmov portálu. Bude priamo závislý od počtu klientov a návštevníkov portálu. Hlavnou časťou prísunu klientov bude reklamná kampaň AdWork prostredníctvom ktorej je cena za potenciálneho klienta cca. 0,15 €, z ktorého je možné vyvodiť zisk z rezervácie. Reklamná kampaň bude orientovaná ako už bolo spomenuté priamo na regióny, a tým pádom sa dosiahne väčšia efektívnosť klientov, ktorí majú záujem o reálnu rezerváciu služieb čo bude pre portál predstavovať provízny zisk. Pomer týchto návštevníkov sa nedá s určitosťou vypočítať ale analyzovať a upravovať, a postupným upravovaním kľúčových slov a regiónov dosiahnuť čo najväčší finančný efekt.

Druhou časťou príjmov bude umiestnenie zariadení na popredných miestach v zozname regiónov alebo v iných častiach portálu. Príkladom je časť číslo 7 zobrazená v návrhu úvodnej strany rezervačného portálu. Tieto platené služby budú môcť využívať zariadenia ako možnosť lepšieho umiestnenia a šance získať klienta pre svoju poskytovanú službu.

6 ZÁVER

V závere návrhu hotelového rezervačného portálu by som chcel povedať, že všetky na začiatku vytýčené ciele boli splnené a dosiahnuté potrebné riešenia k ich realizácii. V tomto návrhu boli potrebné analyzované všetky riziká a problémy, ktoré by mali byť späť so súčasnou situáciou. Ďalej boli navrhnuté základné pre funkčnosť nevyhnutné aspekty realizácie či už hardwarovej alebo softwarovej stránky. V práci som sa snažil vytvoriť čo najlepšie riešenie spojené s jednoduchosťou realizácie rezervačného portálu. Celková reklamná kampaň a forma SEO optimalizácie portálu by mala tvoriť hlavnú úlohu v prísune nových klientov na portál a tým zabezpečiť aj provízny zisk pre firmu Hotel ARKADA s.r.o.. Celková jednoduchosť niektorých zložiek rezervačného portálu má zabezpečiť dôveru klientov a spoľahlivosť. Dôležitým implementovaným aspektom portálu je systém platby zálohy čo zabezpečuje ochranu ubytovacích zariadení proti stornovaniu rezervácii klientmi. Ubytovacím zariadeniam rezervačný portál chce zabezpečiť bezplatnú prezentáciu na internete a docieľiť vzájomnú spoluprácu.

Na záver by som chcel ešte podotknúť, že všetky znalosti ohľadom cestovného ruchu a hlavne prísunu klientov do ubytovacích zariadení som získaval z reálnej praxe a dlhoročnej práce v hotelierstve na Slovensku. Dúfam, že návrh hotelového rezervačného systému prinesie firme Hotel ARKADA s.r.o. očakávaný finančný zisk a ďalšie skúsenosti pre získavanie nových klientov pre svoje ubytovacie kapacity.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

CITÁCIE

- 1 - *EuroEkonom* [online]. 2004-2009 [cit. 2009-05-15]. Dostupný z WWW:
<<http://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/>>.
- 2 - *Marketingový mix - jeho rozbor, možnosti využiti a problémy* [online]. 2006 [cit. 2009-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://marketing.robertnemec.com/marketingovy-mix-rozbor/>>.
- 3 - POSPÍŠILÍK, Karel . SLEPT analýza 1Q 2009. *Finance.cz* [online]. 2009 [cit. 2009-05-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.finance.cz/download/248-slept-analyza-1q-2009/>>.
- 4 - KOCH, M.,DOVRTĚL,J. *Managment informačních systémů*. Brno: VUT FP, 2006. s. (174 s.). ISBN: 80-214-3262-4.
- 5 - *WIKIPEDIE* [online]. 2009 [cit. 2009-05-22]. Dostupný z WWW:
<http://cs.wikipedia.org/wiki/V%C3%BDvojov%C3%BD_diagram>.
- 6 - KOCH, M. A KOL.: *Informační systémy a technologie*. Brno: PC-DIR Real Brno, 1998. ISBN 80-214-1219-4.
- 7 - Obchodný register Slovenskej republiky [online]. [cit. 2009-05-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.orsr.sk/vypis.asp?ID=47186&SID=4&P=1>>.
- 8 - *Štatistický úrad Slovenskej republiky* [online]. 2009 [cit. 2009-05-20]. Dostupný z WWW: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=3726>>.
- 9 - *DCIT Consulting* [online]. 2005 [cit. 2009-05-22]. Dostupný z WWW:
<http://www.dcit-consulting.sk/web/bezpecnost/sluzby/analyza_rizik>.
- 10 - *SoftMania* [online]. 2009 [cit. 2009-05-15]. Dostupný z WWW:
<<http://www.softmania.sk/Postgresql.html>>.
- 11 - *HOST DO DOMU* [online]. 2006-2008 [cit. 2009-05-21]. Dostupný z WWW:
<<http://www.hostdodomu.sk/zaruka-kvality/>>.
- 12 - *KYBLsoft* [online]. 2006-2009 [cit. 2009-05-24]. Dostupný z WWW:
<<http://mereni.kyblsoft.cz/hosting/HostDoDomu.sk>>.
- 13 - *BLACKHOLE* [online]. 2001-2008 [cit. 2009-05-20]. Dostupný z WWW:
<<http://blackhole.sk/zabezpecenie-databazy-mysql-01>>.

14 - WIKIPEDIE [online]. 2009 [cit. 2009-05-20]. Dostupný z WWW:

<<http://sk.wikipedia.org/wiki/Datab%C3%A1za#Bezpe.C4.8Dnos.C5.A5>>.

15 - Tatra Banka [online]. 2009 [cit. 2009-04-15]. Dostupný z WWW:

<http://www.tatrabanka.sk/cms/page/sk/fyzicke_osoby/elektronicke_bankovnictvo/tatrapay.html>.

16 - NIELSEN, J. 2005. *Top Ten Web Design Mistakes of 2005* [online]. 2005. [cit.

2009-05-10]. Dostupný z WWW:

<<http://www.useit.com/alertbox/designmistakes.html>>.

KNIHY A LITERATÚRA

PONKRÁC, Miroslav. *PHP a MySQL bez předchozích znalostí*. Computer Press, 2007. ISBN: 978-80-251-1758-3.

BLAŽKOVÁ, Martina . *Jak využít internet v marketingu : Krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095.

ZELDMAN, J.: *Tvorba Webu podle standardu*. Computer press, 2005, 416 s. ISBN 80-251-0347-1

LACKO, Luboslav. *Web a databáze*. Computer Press, 2001. ISBN: 8072265555.

KIRÁĽOVÁ, Alžbeta. *Marketing hotelových služieb*. [s.l.] : Ekopress, 2006. 157 s. ISBN 8086929051.

ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK A SYMBOLOV

- atď. – a tak ďalej
- cca. – cirka, približne
- HTML – HyperText Markup Language - Hypertextový značkový jazyk
- CSS - Cascading Style Sheets - Kaskádové štýly
- SEO – Search Engine Optimalization
- SSL – Secure Socker Layer
- WWW – world wide web
- SWOT – Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats
- SLEPT - Social, Legal, Economic, Polisy, Technology
- DFD - Data Flow Diagram

- PHP - Hypertext editor
- SQL - Structured Query Language
- PPC - Pay Per Click
- CRM - Customer Relationship Management
- CTR - Click-through rate
- AJAX - asynchronous JavaScript and XML

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1: Značky DFD diagramu	15
Obrázok 2: Značky procesného diagramu	16
Obrázok 4: Návrh databázy.....	28
Obrázok 10: Návrh úvodnej strany portálu.....	46
Obrázok 11: Grafické znázornenie časového rámca projektu	51

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1: Návštevníci v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu.....	18
Tabuľka 2: Návrh hardwaru.....	25
Tabuľka 3: zákazník	29
Tabuľka 4: rezervácia	30
Tabuľka 5: C_stav_rez.....	30
Tabuľka 6: C_izba_typ	30
Tabuľka 7: cena	30
Tabuľka 8: izby.....	31
Tabuľka 9: rez_izby	31
Tabuľka 10: referencie.....	31
Tabuľka 11: zariadenia	32
Tabuľka 12: C_typ_zar	32
Tabuľka 13: obec	33
Tabuľka 14: Fotky	33

Tabuľka 15: rez_sluzby	33
Tabuľka 16: sluzba_cena	34
Tabuľka 17: C_sluzby.....	34
Tabuľka 18: faktury	34
Tabuľka 19: platby.....	35
Tabuľka 20: Platby	44
Tabuľka 21: Obsah návrhu úvodnej strany portálu	46
Tabuľka 22: odhad nákladov	50

ZOZNAM GRAFOV

Graf 1: Znázornenie HOS analýzy.....	24
--------------------------------------	----

ZOZNAM DIAGRAMOV

Diagram 1: Procesní diagram rezervácie	37
Diagram 2: Vývojový diagram registrácie zariadenia	39
Diagram 3: Vývojový diagram registrácie zákazníka.....	41
Diagram 4: Diagram rezervácie a storna	43
Diagram 5: Diagram procesov platby	44

PRÍLOHY

Príloha 1: Stanovisko riaditeľa hotela SOBOTA	59
Príloha 2: Stanovisko marketingovej riaditeľky hotela HUBERT**** Vital resort.....	60
Príloha 3: Stanovisko riaditeľky hotela SATEL****	61