



ANALÝZA A KOMPARÁCIA KĹÚČOVÝCH UX/UI PRVKOV V DIZAJNE HOTELOVÝCH WEBOVÝCH STRÁNOK

Ivana Kardošová¹, Radovan Madleňák²

Abstract: Stále väčší počet ľudí využíva internet na prípravu svojich výletov, vyhľadávanie hotelov a ich samotnú rezerváciu. Preto je online prítomnosť hotelov v dnešnej dobe veľmi kľúčová. Hotelová webová stránka slúži nielen ako marketingový nástroj, ale aj ako tzv. most medzi hotelom a súčasnými alebo potencionálnymi hosťami. Predmetom tohto vedeckého článku je analýza a komparácia kľúčových UX/UI prvkov v dizajne hotelových webových stránok. Cieľom je určiť, ako implementácia identifikovaných prvkov ovplyvňuje interakciu používateľov, ich používateľský zážitok a efektivitu online rezervácií. Teoretická časť je zameraná na základnú terminológiu z oblasti užívateľského rozhrania (UI) a užívateľského zážitku (UX), pričom sa zdôrazňuje ich význam pri tvorbe webových stránok v hotelovom odvetví. V rámci praktickej časti výskumu sú analyzované tri webové stránky štvorhviezdičkových hotelov, pri ktorých sa identifikujú a porovnávajú konkrétne dizajnové riešenia, navigácia, štruktúra obsahu, farebné schémy, funkčné prvky a spôsoby interakcie so zákazníkom. Výsledky poukazujú na dôležitosť konzistentného vizuálneho spracovania, responzívneho dizajnu a jasných výziev k akcii pri zlepšovaní používateľského zážitku a zvyšovaní online rezervácií. Na základe týchto poznatkov je možné formulovať odporúčania pre návrh alebo optimalizáciu webových stránok v hotelovom odvetví.

Keywords: UX, UI, hotelové webové stránky, dizajn, používateľský zážitok, online rezervácie

Teoretické východiská

Webové stránky patria v dnešnej dobe k jednoduchým a cenovo dostupným nástrojom, ktoré sú však dôležité pre úspech podnikania. Vzhľadom na to, že počet online zákazníkov rastie a spoločnosti využívajú online platformy na propagáciu produktov a služieb je prakticky nevyhnutné byť viditeľný práve na internete. Aby spoločnosti dosiahli úspech v digitálnom prostredí je nevyhnutné, aby ich webové stránky boli nielen vizuálne atraktívne, ale aj funkčné. Kvalitný webový dizajn a optimalizovaný používateľský zážitok sú kľúčové pre zvyšovanie interakcie zákazníkov, čo následne vedie aj k vyššej miere konverzií. Tým sa následne vytvárajú predpoklady pre rast a prosperitu spoločnosti vo vysoko konkurenčnom online prostredí.

Webový dizajn je tvorivý a technický proces, ktorý zahŕňa navrhovanie, plánovanie a vývoj webových stránok. Ide o komplexný prístup, kde sa estetika spája s funkčnosťou, aby webová stránka vyzerala esteticky a príťažlivo, ale taktiež aby poskytovala pozitívny užívateľský zážitok. Vďaka webovému dizajnu môžu spoločnosti efektívne komunikovať svoje posolstvo a hodnoty, pričom si udržiavajú konkurencieschopnosť v digitálnom prostredí. V

¹ Ivana Kardošová, Fakulta Prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Žilinská univerzita v Žiline, Katedra spojov, e-mail: ivanakardosova159@gmail.com

² Radovan Madleňák, Fakulta Prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Žilinská univerzita v Žiline, Katedra spojov, e-mail: radovan.madlenak@uniza.sk

proces tvorby webu zohrávajú vizuálne prvky kľúčovú úlohu. Patria sem farebné schémy, typografia, obrázky a grafika, ktoré spolu vytvárajú celkový vizuálny dojem z webovej stránky. Tieto prvky nielen upútajú pozornosť návštevníkov, ale tiež pomáhajú definovať imidž spoločnosti a podporujú celkovú dôveru zákazníkov. Správne zladené vizuálne prvky pomáhajú urobiť webovú stránku prehľadnou a atraktívnou. Funkčné prvky sú interaktívne komponenty, ktoré zaisťujú, že webová stránka je nielen vizuálne pekná, ale aj efektívna a jednoducho sa používa. Tieto prvky môžu zahŕňať navigačné ponuky, tlačidlá, formuláre a odkazy, ktoré používateľom umožňujú bez problémov navigovať po stránke a vykonávať požadované akcie. Ich správna implementácia je kľúčom k plynulému a príjemnému používateľskému zážitku, čo následne vedie k vyššej interakcii a spokojnosti návštevníkov. Princípy webového dizajnu zdôrazňujú rovnováhu medzi estetikou a funkčnosťou. Jednoduchosť, konzistentnosť a prístupnosť patria medzi základné zásady, ktoré umožňujú vytvoriť intuitívne a používateľsky prívetivé rozhranie. Tieto princípy zabezpečujú, že obsah je prehľadne usporiadaný a ľahko dostupný, čo prispieva k efektívnej komunikácii so zákazníkmi a celkovému úspechu webovej stránky [1].

Webová stránka predstavuje online platformu, ktorá umožňuje jednoduché zverejňovanie informácií o jednotlivcoch, organizáciách alebo rôznych témach. Služí ako digitálny priestor na prezentovanie nápadov, zdieľanie vedomostí, obchodovanie, komunikáciu s ostatnými alebo na zábavu. Webové stránky pokrývajú širokú škálu funkcií a účelov, od osobných blogov po elektronické obchody, a stali sa neoddeliteľnou súčasťou každodenného života vďaka svojmu pohodliu a dostupnosti. Pre prístup na webovú stránku potrebujú používatelia zariadenie s webovým prehliadačom, ako je notebook, smartfón či tablet a pripojenie na internet. Tieto digitálne platformy sú kľúčové pre komunikáciu, zdieľanie informácií a vykonávanie online transakcií. Od osobných blogov až po komplexné elektronické obchody sa webové stránky stali kľúčovou súčasťou každodenného života, ktoré ponúkajú pohodlie a nepretržitú dostupnosť informácií [2].

UX dizajn sa zameriava na celkový zážitok používateľa pri interakcii s webovou stránkou – od prvého dojmu až po uskutočnenie cieľovej akcie. Zahŕňa návrh celkového používateľského zážitku, štruktúry informácií, obsahovej stratégie a samotného testovania použiteľnosti. Cieľom je vytvoriť bezproblémový a príjemný používateľský zážitok, ktorý spĺňa očakávania samotných používateľov. Na druhej strane, UI dizajn sa sústreďuje na vizuálne a interaktívne prvky, ako sú rozloženie, typografia, farebné schémy, ikony a tlačidlá. Cieľom dizajnu používateľského rozhrania je vytvoriť vizuálne príťažlivé, intuitívne a užívateľsky prívetivé rozhranie, ktoré používateľom umožňuje jednoduchú navigáciu a interakciu s webovou stránkou. V jednoduchosti, zatiaľ čo dizajn používateľského rozhrania sa zameriava na vizuálne prvky produktu, dizajn UX sa zameriava na celkový používateľský zážitok. Obe veľmi úzko spolupracujú a vzájomne sa dopĺňajú, čím zabezpečujú, že webové stránky nielen pôsobia esteticky, ale zároveň poskytujú bezproblémový a uspokojujúci používateľský zážitok [3].

Skratka UI vznikla z anglického User Interface, čo v preklade znamená užívateľské rozhranie. V jednoduchosti je to možné definovať ako vzhľad produktu alebo webovej stránky a zaoberá sa tým, ako daný produkt či webová stránka vyzerá. UI dizajn zahŕňa všetko, čo používateľ vidí, vrátane bannerov, obrázkov, textov, tlačidiel a rôznych ďalších vizuálnych prvkov. UI je pritom neoddeliteľnou súčasťou celkového užívateľského zážitku - UX dizajnu [4].

Autori Gunawan et al. vo svojej štúdií definovali, že užívateľské rozhranie predstavuje prvý dojem, ktorý používateľ získa pri interakcii s webovou stránkou. Je to vizuálny a interaktívny aspekt digitálneho produktu, ktorý má zásadný vplyv na to, či sa používateľ rozhodne pokračovať v jeho používaní, a tým aj na jeho nákupný úmysel. Kvalitný UI dizajn,

ktorý zahŕňa vizuálny dizajn, mikrointerakcie a usporiadanie prvkov, môže výrazne prispieť k pozitívnej spätnej väzbe a podporiť rozhodovanie používateľov o uskutočnení nákupu [5].

Dizajn používateľského rozhrania zohráva zásadnú úlohu pri formovaní spôsobu, akým používatelia interagujú s webovou stránkou. Je to hlavne z dôvodu, že dizajn používateľského rozhrania súvisí s tým ako rôzne vizuálne prvky, ako sú farby, typografia a obrázky spolupracujú pri vytváraní bezproblémového používateľského zážitku. Primárnym cieľom každého dizajnu z pohľadu používateľského rozhrania je zabezpečiť, aby výsledný produkt bol nielen esteticky príťažlivý, ale aj ľahko ovládateľný. Takto navrhnutý produkt vytvára silný prvý dojem a podporuje dlhodobú lojalitu používateľov, čo zároveň predstavuje kľúčový ukazovateľ úspechu pre každú webovú stránku [6].

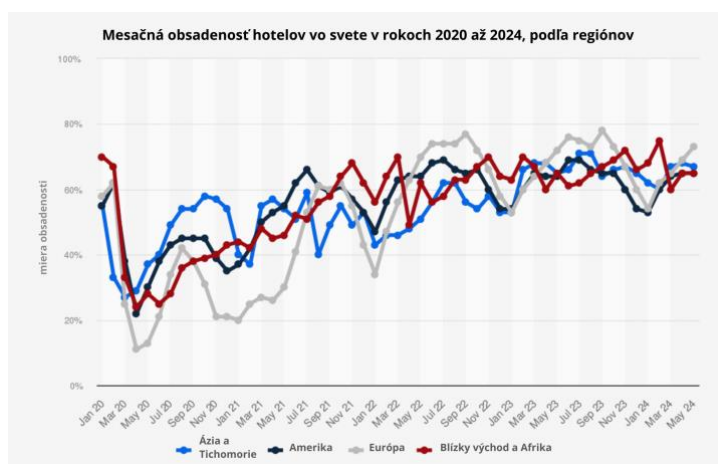
Moderné UX/UI dizajny zásadne ovplyvňujú spôsob, akým používatelia interagujú s webovými stránkami, a tým aj ich celkovú spokojnosť. Výskum z GoodFirms pre malé a stredné podniky poukazuje na to, že dizajn nie je len otázkou estetického dojmu, ale primárne funkčným nástrojom, ktorý zabezpečuje rýchly prístup k informáciám a intuitívnu navigáciu. V dnešnom konkurenčnom digitálnom prostredí očakávajú používatelia, že webové stránky budú nielen vizuálne príťažlivé, ale aj ľahko použiteľné a prispôbené ich potrebám. Tento prístup výrazne znižuje mieru odchodov a zvyšuje angažovanosť návštevníkov, čo následne vedie k lepším obchodným výsledkom, napríklad k zvýšeniu konverzií [7][8].

Podľa údajov z Forbes Advisor až 38% používateľov opustí webovú stránku, ktorá pôsobí zastaralo alebo neatraktívne. Tento fakt zdôrazňuje, že prvý dojem zo stránky je rozhodujúci a môže ovplyvniť nielen návštevnosť, ale aj dôveru zákazníkov. Značná časť používateľov internetu, približne 48%, považuje webový dizajn za rozhodujúci faktor pri určovaní dôveryhodnosti podniku. To, ako vyzerá samotná webová stránka spoločnosti, môže výrazne ovplyvniť prvý dojem a celkové vnímanie spoločnosti z pohľadu návštevníka [7].

V prieskume GoodFirms je podľa 84,6% web dizajnérov najčastejšou chybou preplnený webový dizajn, ktorí pôsobí na návštevníkov odpudzujúco, a z tohto dôvodu následne z webu odchádzajú. Taktiež je veľmi častou chybou uvádzanie CTA – Call To Action tlačidiel, ktoré vyzývajú používateľov, aby vykonali požadovanú akciu na webovej stránke, ktorá priniesie úžitok používateľovi aj spoločnosti. Tieto tlačidlá by mali byť strategicky rozmiestnené tak, aby používateľovi uľahčili cestu k tomu, prečo na webovú stránku prišli a taktiež získal rýchlo a efektívne to, prečo na webovú stránku prišiel. 30,8% špecialistov na webové stránky uviedlo, že navigácia na webovej stránke nie je dostatočne intuitívna. Je to jedna zo základných chýb vo webovom dizajne, ktorá pri nefunkčnosti odláka samotných návštevníkov na iné webové stránky. Je preto veľmi potrebné zabezpečiť, aby bola navigácia viditeľná, intuitívna a stále dostupná. Používatelia a návštevníci netolerujú webové stránky, ktoré ich nezaujímajú v prvých sekundách návštevy alebo sa pomaly načítavajú. Až 88,5% respondentov z prieskumu zvolilo pomalý čas načítania webovej stránky ako hlavný dôvod, prečo ju opustia. Druhým dôvodom je pre 73,1% respondentov nedostatočná responzivnosť webovej stránky naprieč všetkými zariadeniami. Vzhľadom na to, že práve teraz sú mobilné zariadenia najpoužívannejšie na vyhľadávanie, je nutnosťou navrhnuť alebo prispôsobiť webovú stránku práve pre tieto zariadenia prioritne [8].

Pre naplnenie cieľa tohto vedeckého článku bol pre analýzu konkrétnych webových stránok zvolený subjekt pôsobiaci v hotelovom odvetví. Vo všeobecnosti sa hotelové odvetvie vyznačuje vysokou konkurenciou, zvyšujúcimi sa nárokmi na kvalitu a sezónnosťou, čo potvrdzujú aj štatistiky uvedené nižšie. Aby si hotel v takomto prostredí dokázal udržať svoju pozíciu a klientelu počas celého roka je nevyhnutné reagovať na meniace sa požiadavky na trhu a zároveň posilňovať svoju online prítomnosť.

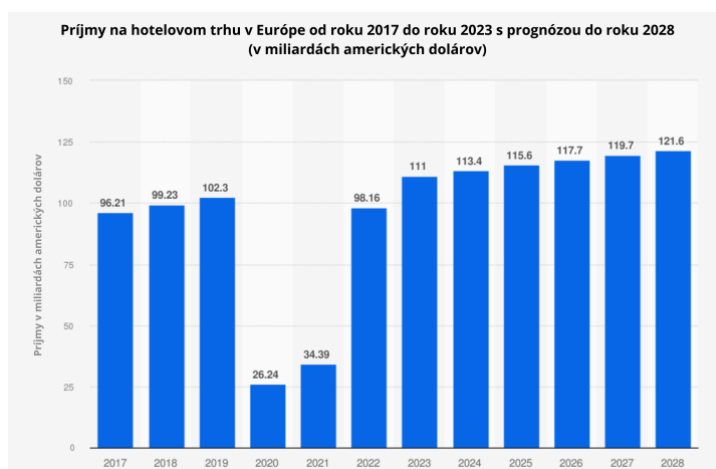
Na obrázku 1 je možné vidieť mesačnú mieru obsadenosti hotelov od roku 2020 do roku 2024 podľa jednotlivých regiónov. Konkrétne sú to regióny Ázia a Pacifik, Amerika, Európa a Blízky východ a Afrika. Európa, ktorá je na grafe znázornená šedou krivkou, dosiahla najnižšiu obsadenosť, len 11%, a to v prvej polovici roku 2020. Táto nižšia miera obsadenosti je viditeľná aj v roku 2021, a to v dôsledku globálnej pandémie. Od marca 2022 už miera obsadenosti hotelov v Európe neklesla pod 50% a taktiež dosiahla oproti iným regiónom niekoľkokrát najvyššie hodnoty. Na obrázku je možné vidieť taktiež sezónne výkyvy, ktoré sú charakteristické pre hotelové odvetvie. Počas letných mesiacov, kedy je dopyt častokrát najvyšší, sa aj obsadenosť hotelov značne zvyšuje. Naopak v zimných mesiacoch sú hodnoty nižšie, obzvlášť v Európe. Okrem toho, že tento graf poskytuje jasný prehľad o postupnom zostavovaní hotelového odvetvia po pandémii, zdôrazňuje aj rastúci trend obsadenosti hotelov vo všetkých regiónoch, a tým aj zvyšujúci sa záujem o rezervácie [9].



Obrázok 1: Mesačná obsadenosť hotelov vo svete v rokoch 2020 až 2024, podľa regiónov

Zdroj: [9]

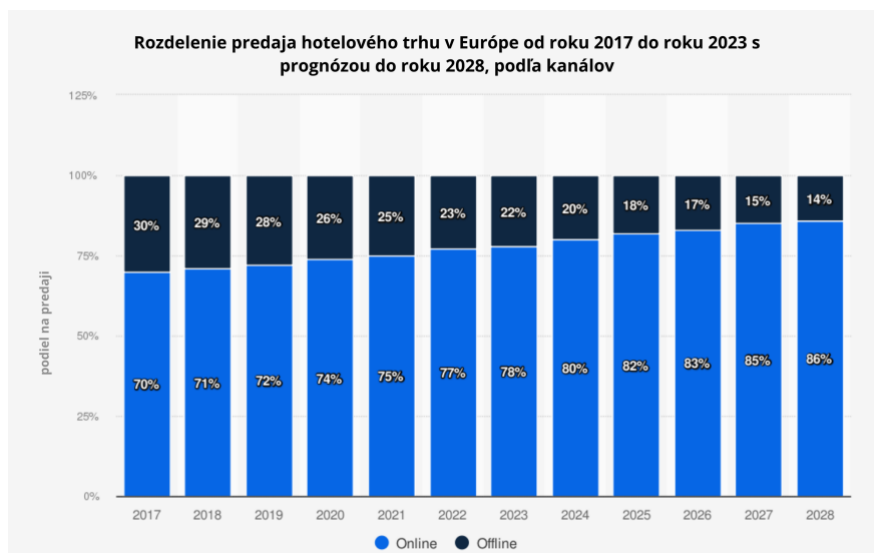
Na zvyšujúci sa záujem o služby v hotelovom odvetví poukazuje aj obrázok 2, ktorý zachytáva vývoj tržieb v európskom hotelovom segmente od roku 2017 až do roku 2023, pričom zahŕňa prognózu až do roku 2028. Viditeľný prepád v rokoch 2020 a 2021 opäť znázorňuje vplyv globálnej pandémie na toto odvetvie. Od roku 2022 je zaznamenaný stabilný nárast tržieb aj s pozitívnou prognózou do ďalších rokov. Tento vývoj poukazuje na schopnosť hotelového odvetvia pružne reagovať na meniace sa podmienky a taktiež aj jeho zvyšujúcu sa hodnotu [10].



Obrázok 2: Príjmy na hotelovom trhu v Európe od roku 2017 do roku 2023 s prognózou do roku 2028

Zdroj: [10]

Graf na obrázku 3 znázorňuje vývoj podielu online a offline predaja hotelových služieb v Európe od roku 2017, s prognózou až do roku 2028. Na základe tohto grafu je možné povedať, že podiel online predaja, ktorý je realizovaný prostredníctvom webových stránok, online cestovných kancelárií alebo rezervačných platforiem sa postupne zvyšuje. Naopak offline predaje, ktoré sú realizované osobne, telefonicky alebo cez tradičné cestovné agentúry, klesajú o 1 až 2% ročne. Tento trend vyplýva zo zmeny v preferenciách zákazníkov, ktorí čoraz viac uprednostňujú pohodlie a efektívnosť online riešení, čím sa zdôrazňuje potreba, aby hotely disponovali modernou, funkčnou a používateľsky orientovanou webovou stránkou [11].



Obrázok 3: Rozdelenie predaja hotelového trhu v Európe od roku 2017 do roku 2023 s prognózou do roku 2028, podľa kanálov

Zdroj: [11]

Na základe vyššie uvedených štatistík a trendov vyplýva, že v hotelovom odvetví, kde je veľmi silná konkurencia a konzistentne narastá percentuálna miera online predajov hotelových služieb je kľúčové pre hotely investovať do kvalitnej a funkčnej webovej stránky. Tá by mala návštevníkom poskytnúť všetky potrebné informácie a možnosť rýchlo a efektívne dokončiť rezerváciu. Online prítomnosť navyše umožňuje hotelom efektívne komunikovať s cieľovou skupinou a taktiež prispieva k budovaniu dôvery, čo je veľmi podstatné pri udržaní aktuálnych, ale aj získavaní nových zákazníkov. Je možné teda zhodnotiť, že vzhľadom na postupný útlm offline predajov hotelových služieb a čoraz väčšie preferencie online riešení sa ukazuje, že fungujúca webová stránka s rezervačným systémom je neoddeliteľnou súčasťou úspešného fungovania v hotelovom odvetví.

Vhodne navrhnutý dizajn webovej stránky dokáže ovplyvniť návštevníka pri výbere samotného hotela alebo v procese rezervácie. V tabuľke 1 je uvedené zhrnutie najdôležitejších prvkov aj s popísaným významom, na ktoré by grafický dizajnéri pri návrhu nemali zabúdať. Každý z týchto prvkov prispieva k zlepšeniu používateľského zážitku a k dosiahnutiu vyššieho počtu online rezervácií.

Tabuľka 1: Kľúčové prvky hotelových webových stránok a ich význam pre rezervácie

Kľúčový prvok	Význam prvku
Informácie o produktoch a službách	Detailný a aktuálny obsah (popisy izieb, ceny, vybavenie) vytvára prvý dojem a buduje dôveru, čím zásadne ovplyvňuje rozhodnutie o rezervácii.
Rezervačný systém / Informácie o rezerváciách	Jasné a prehľadné informácie o dostupnosti izieb a platobných možnostiach podporujú priame rezervácie na webovej stránke, znižujú závislosť na sprostredkovateľoch a zvyšujú konverziu, pokiaľ je ich použitie jednoduché.
Jednoduchosť používania	Intuitívna navigácia a rýchle načítanie znižujú námahu používateľov, urýchľujú samotný proces rezervácie a prispievajú k pozitívnemu používateľskému zážitku.
Kontaktné informácie	Jednoducho vyhľadateľné a prehľadné kontakty budujú dôveru a umožňujú rýchlu komunikáciu.
Recenzie / Hodnotenie hviezdikami	Výrazne ovplyvňujú dôveryhodnosť hotela a proces rozhodovania. Pozitívne hodnotenia posilňujú ochotu rezervovať. Hodnotenie hviezdikami poskytuje rýchly prehľad o kvalite a úrovni služieb.
Grafický dizajn	Nie je hodnotený ako najkľúčovejší, ale stále veľmi dôležitý pre vytvorenie pozitívneho prvého dojmu. Vhodná farebná schéma, obrázky či typografia dokážu vzbudiť záujem o ďalšie informácie a viesť k rezervácii.
Informácie o okolí	Aktualizované údaje o atrakciách, reštauráciách, či spôsobe dopravy pomáhajú návštevníkom pri plánovaní pobytu a môžu podporiť ich rozhodnutie.
Vysokokvalitné obrázky	Ostré a vizuálne pekné fotografie na webovej stránke pomáhajú návštevníkom predstaviť si pobyt a priestory už pred príchodom. Sú veľmi podstatné pre budovanie pozitívneho prvého dojmu.
Call to Action tlačidlá (CTA tlačidlá)	Jasné výzvy ako „Vyžiadať ponuku“ či „Mám záujem“, vedú používateľa po webovej stránke k priamej akcii, znižujú odchody zo stránky a zvyšujú mieru konverzií.
Kontaktný formulár	Umožňuje návštevníkom rýchlo odoslať dopyt či nezáväznú žiadosť. Zároveň pre hotel zbiera informácie z dopytov a zvyšuje tak šancu na získanie nových rezervácií.
Live chat	Okamžitá komunikácia zvyšuje dôveryhodnosť a môže zvýšiť konverzie až o 20%. Naopak vyžaduje pravidelnú starostlivosť a dostupnosť personálu online.
Responzívny dizajn	V dnešnej digitálnej dobe, keď väčšina návštevníkov prichádza na webové stránky cez mobilné zariadenia je responzivnosť webovej stránky veľmi kľúčová.

Zdroj: [12][13][14], Vlastné spracovanie

Metodológia a metódy skúmania

Metóda analýzy bola použitá na detailné posúdenie dizajnu, štruktúry a použiteľnosti vybraných hotelových webových stránok, s cieľom identifikovať kľúčové UX/UI prvky. Metóda komparácie umožnila porovnanie silných a slabých stránok analyzovaných webových stránok z pohľadu ich grafického dizajnu, navigácie, responzivnosti, použiteľnosti a rezervačného procesu. Metóda syntézy bola využitá na integráciu a zhrnutie získaných poznatkov, na základe ktorých bolo možné navrhnúť odporúčania pre optimalizáciu webových stránok hotelov. Sekundárny výskum slúžil na získanie teoretických poznatkov a relevantných údajov zo zdrojov, ktoré sú podstatné pre analýzu UX/UI a charakterizujú kľúčové prvky webových stránok v hotelovom odvetví. Predmetom tohto vedeckého článku je analýza a komparácia kľúčových UX/UI prvkov v dizajne hotelových webových stránok, pričom

hlavným cieľom je zistiť ako implementácia týchto prvkov ovplyvňuje interakciu používateľov, ich používateľský zážitok a efektivitu online rezervácií. Výskumným problémom je nízky počet online rezervácií hotelových webových stránok. Výskumná otázka znie: Aké kľúčové prvky UX/UI dizajnu ovplyvňujú návštevníkov hotelových webových stránok v procese online rezervácie? Na základe analýzy, v ktorej boli definované kľúčové UX/UI prvky ovplyvňujúce používateľský zážitok a online rezervácie je uskutočnená analýza a komparácia vybraných hotelových webových stránok. Pri vybraných webových stránkach hoteljason.sk, fitakhotel.sk a hotelzochovachata.sk je cieľom identifikovať silné a slabé stránky s dôrazom na vizuálnu stránku, hierarchiu a štruktúru obsahu, používateľský zážitok a responzivnosť, pričom sa vychádza z používateľského zážitku na desktopových aj mobilných zariadeniach. Na základe týchto výsledkov je možné určiť ako implementácia kľúčových prvkov ovplyvňuje interakciu používateľov, online rezervácie a následne je možné navrhnúť odporúčania pre optimalizáciu webových stránok pôsobiacich práve v hotelovom odvetví.

Výsledky

Wellness Hotel Jason (hoteljason.sk) je štvorhviezdičkový hotel postavený v roku 2017, ktorý sa nachádza v srdci chránenej krajinskej oblasti Biele Karpaty v obci Vršatské Podhradie. Ponúka esteticky zariadené izby, sezónne pobytové balíky, wellness centrum s množstvom relaxačných procedúr, reštauráciu s lokálnymi surovinami a konferenčné priestory, čím spája komfort, aktívny oddych a možnosť usporiadania rôznych podujatí. Pri načítaní úvodnej stránky dominuje výrazná horčicová farba, ktorá podčiarkuje celkovú vizuálnu identitu webu. Vrchná časť stránky kombinuje rezervačnú lištu s hlavičkou, ktorá je rozdelená na dve časti – prvá obsahuje logo a druhá dvojúrovňové menu s ôsmimi položkami a tlačidlom pre nezáväznú rezerváciu. Hero sekcia predstavuje kľúčové posolstvo prostredníctvom slidera s tromi obrázkami, ktoré sú zamerané na wellness, pobytové balíky a gastronómiu, pričom každý blok obsahuje nadpis, stručný popis a CTA tlačidlo. Avšak nedostatočný kontrast medzi bielym písmom a pozadím môže znižovať čitateľnosť. Ďalšie sekcie stránky poskytujú kontaktné informácie, stručný opis hotela a služby reprezentované prostredníctvom ikoniek. Sekcia pobytových balíkov má nedostatok informácií, keďže obsahuje len krátky text a jedno CTA tlačidlo, čo núti návštevníka prechádzať na podstránky s detailnejšími informáciami. Podobné nedostatky sa prejavujú aj v prezentácii izieb, kde chýbajú jasne vyznačené ceny a priame rezervačné tlačidlá. Recenzie hostí a ich hodnotenia sú zobrazované pomocou hviezdíčiek a textových komentárov, avšak dlhšie neboli aktualizované. Mobilná verzia webu odhaľuje významné nedostatky v prispôbení dizajnu menším displejom. Navigácia nie je na celú šírku obrazovky, prvky sú často umiestnené príliš blízko okrajov a niektoré sekcie sa vzájomne prekrývajú, čo komplikuje samotnú orientáciu používateľov. Kontaktné formuláre nie sú dostatočne ohraničené a taktiež chýba jasné označenie povinných polí, čo môže viesť k chybnému alebo žiadnemu vyplneniu. Na základe celkovej analýzy webovej stránky hoteljason.sk je možné zhodnotiť, že obsahuje viacero nedostatkov, ktoré zhoršujú používateľský zážitok, znižujú čitateľnosť obsahu a dostatočne neprezentujú služby hotela, čo priamo ovplyvňuje aj samotné rezervácie. Pre zlepšenie celkového používateľského zážitku je vhodné spraviť redizajn celej webovej stránky s dôrazom na responzivnosť, lepšiu prezentáciu služieb a vizuálne zjednotenie. Takýto redizajn dokáže prispieť k lepšej prezentácii štvorhviezdičkového hotela, jeho ponuku služieb a priestorov a taktiež aj k zlepšeniu celkového používateľského zážitku, podporeniu rozhodovacieho procesu návštevníkov a samotnému zvýšeniu dopytov na rezervácie.

Spa & Wellness Hotel Fitak (fitakhotel.sk) je štvorhviezdičkový hotel situovaný v prírodnom prostredí, len 9 km od Liptovského Mikuláša, ktorý kladie dôraz na kvalitné služby a ponúka široký výber pobytových balíkov, wellness procedúr, fitness centrum a konferenčné

priestory. Webová stránka, spustená v roku 2023, má moderný dizajn s kvalitnými fotografiami interiérov, izieb, wellness a okolia. Na webovej stránke sa používa jednotná farebná paleta s dominantnou zelenou farbou, čím vytvára pozitívny prvý dojem. Logo je umiestnené v hero sekcii, kde sa pravidelne striedajú kvalitné obrázky, podporujúce predstavu o hoteli. V strede sa nachádza rezervačná lišta, ktorá uľahčuje priamy prístup k rezervačnému systému. Inovatívnym, avšak potenciálne mätúcim prvkom je umiestnenie hlavičky v pravej časti stránky, kde je navigácia dostupná až po kliknutí na burger menu. Tento postup môže sťažovať rýchlu orientáciu, najmä pre menej skúsených používateľov. Pod hero sekciou nasleduje stručná charakteristika hotela, ponuka poskytovaných služieb a sekcia s prehľadom izieb. Táto časť umožňuje návštevníkovi okamžite zistiť cenu za noc, prezrieť si izbu a vykonať rezerváciu. Avšak absencia priamych výziev k akcii v sekciách a skrytá navigácia pre podrobnejšie informácie môžu znížiť efektívnosť komunikácie s používateľom. Hotel Fitak taktiež spravuje vlastný blog, ktorý prispieva k propagácii nových pobytových balíkov a zlepšeniu SEO. Webová stránka je plne responzívna a optimalizovaná pre rôzne zariadenia, pričom sa automaticky prispôbuje veľkosti obrazovky. Pätička stránky poskytuje prehľad dôležitých informácií, vrátane rezervačných odkazov a kontaktných údajov, čím zabezpečuje, že sa používateľ dostane k potrebným informáciám bez zbytočného hľadania. Napriek estetickému príťažlivosti a modernému dizajnu, inovatívne umiestnenie navigácie a viackrokový rezervačný proces predstavujú potenciálne prekážky pre optimálnu používateľský zážitok.. Taktiež absencia CTA tlačidiel a recenzií môže ovplyvniť rozhodovací proces návštevníkov. Optimalizácia týchto prvkov by mohla prispieť k lepšej orientácii používateľov a zvýšeniu efektivity rezervačného procesu.

Hotel Zochova chata (hotelzochovachata.sk) predstavuje štvorhviezdičkový hotel situovaný v prírodnom prostredí, približne 34 km od Bratislavy, ktorý kombinuje priestor na relax a športové aktivity. Webová stránka, vytvorená v roku 2019, využíva prírodnú farebnú paletu pozostávajúcu zo svetlej a tmavo hnedej, bielej a čiernej, čo korešponduje s logom, okolím hotela a vytvára tak vizuálne čistý a pozitívny dojem. Na úvodnej stránke je dominantným prvkom video na celú výšku, ktoré slúži na prezentáciu a lepšiu predstavu o pobyte v hoteli. Hlavná navigácia je umiestnená cez hornú hlavičku, kde je okrem loga a štyroch hlavných kategórií menu dostupná aj možnosť zmeny jazyka a burger menu. Rozšírené burger menu ponúka prístup k ďalším podstránkam, ako sú informácie o hoteli, kontaktné údaje a darčekové poukazy. Rezervačný proces je prístupný cez fixne umiestnenú lištu v spodnej časti stránky. Samotný rezervačný proces pobytového balíka obsahuje minimálne 4 kroky, v ktorých sa niekoľkokrát môže záujemca rozhodnúť opustiť webovú stránku alebo nedokončiť rezerváciu. Komplikáciou na mobilnom aj desktopovom zariadení je štruktúra celej webovej stránky. Na jednej strane je možné povedať, že webová stránka poskytuje detailný prehľad o všetkých poskytovaných službách, ale na druhej strane dokáže takéto množstvo podstránok spôsobiť, že sa návštevník v takom množstve informácií stratí, obzvlášť na mobilnom zariadení. Z hľadiska responzivity stránka trpí niekoľkými nedostatkami. Neprítomnosť sticky hlavičky znamená, že pri scrollovaní nemá návštevník neustály prístup k navigácii a položkám v menu. Fixná rezervačná lišta umiestnená v dolnej časti prekrýva takmer polovicu obsahu a znižuje prehľadnosť. Nevhodné rozloženie prvkov a nadmerné medzery medzi elementami sťažujú orientáciu na menších zariadeniach. Celkovo, webová stránka hotelzochovachata.sk prezentuje bohatú ponuku služieb a pomerne moderný dizajn. Avšak komplexná a komplikovaná štruktúra obsahu a nedostatočná optimalizácia pre mobilné zariadenia predstavujú významné prekážky pre pozitívny používateľský zážitok, ktorých odstránenie môže viesť k lepšej orientácii po webovej stránke a taktiež aj k viacerým rezerváciám.

Komparatívna analýza UX/UI webových stránok vybraných hotelov

Webová stránka hoteljason.sk aj napriek bohatej ponuke kvalitných služieb, elegantnému interiéru a atraktívnemu prostrediu hotela obsahuje niekoľko výrazných nedostatkov. Použitá výrazná „horčicová“ farba neodráža luxus a eleganciu, ktorou by sa hotel s týmto portfóliom a prostredím mal prezentovať. UI nedostatky sú viditeľné v nekonzistentnom zarovnaní prvkov a taktiež v množstve prázdnych bielych priestorov, ktoré nemajú žiadny význam a pôsobia. Neštandardné umiestnenie rezervačnej lišty a ťažko čitateľný text v hero sekcii negatívne ovplyvňujú prvý dojem a samotnú navigáciu. Výrazné nedostatky sú na mobilnej verzii. Navigácia, ktorá nie je prispôbená na celú šírku zariadenia a častokrát prilepený obsah až na samotný okraj zariadenia znižujú celkovú použiteľnosť a môžu viesť k strate potenciálnych rezervácií. Webová stránka fitakhotel.sk predstavuje moderný dizajn s dôrazom na vizuálnu príťažlivosť. Použitím kvalitných fotografií a jednotnej farebnej palety s dominanciou zelenej vytvára pozitívny prvý dojem. Rezervačná lišta umiestnená priamo v hero sekcii umožňuje rýchly prístup k rezervačnému systému, čo je významným plusom z hľadiska UX. Avšak, netradičné umiestnenie hlavičky v pravej časti a navigácia dostupná až cez burger menu môžu byť pre menej skúsených používateľov mätúce. Hotelzochovachata.sk využíva jednoduchý grafický dizajn s jemnými farbami vychádzajúcimi zo samotného loga. Kvalitné fotografie a videá efektívne prezentujú prostredie hotela a vytvárajú pozitívny vizuálny dojem. Na druhej strane, webová stránka s množstvom obsahu s mnohými podstránkami môže používateľa odradiť. A to najmä v mobilnej verzii, kde absencia sticky hlavičky a umiestnenie fixnej rezervačnej lišty znižuje prehľadnosť a zvyšuje potrebu nadmerného scrollovania. Viacstupňový rezervačný proces predstavuje ďalší faktor, ktorý môže viesť k odchodu návštevníkov pred dokončením rezervácie.

Z uvedenej komparácie je zrejmé, že zatiaľ čo sa všetky tri webové stránky snažia odprezentovať svoje služby, ich rozdielne prístupy k navigácii, umiestneniu kľúčových prvkov a celková štruktúra webovej stránky majú výrazný vplyv na používateľský zážitok. Hotel Jason trpí nedostatkami vo vizuálnej stránke dizajnu, rozmiestnení prvkov a nedostatočnej responzivnosti. Fitakhotel.sk vyniká moderným dizajnom, ale jeho inovatívny prístup k navigácii môže pôsobiť mätúco pre menej skúsených používateľov. Hotelzochovachata.sk je graficky vizuálne jednoduchá, ale príliš zložitá štruktúra obsahu a viackrokový rezervačný proces môžu spôsobiť, že sa návštevník v takom množstve informácií stratí alebo nedokončí rezerváciu. Optimalizácia používateľského rozhrania, zjednodušenie navigácie, zabezpečenie responzivnosti, správne umiestnenie CTA tlačidiel, vizuálne príťažlivý grafický dizajn a zefektívnenie rezervačného procesu by mohli výrazne prispieť k zlepšeniu prvého dojmu, celkového používateľského zážitku a aj k samotnému zvýšeniu online rezervácií.

Záver a diskusia

V súčasnom konkurenčnom prostredí hotelového odvetvia zohráva kvalitný webový dizajn kľúčovú úlohu pri získavaní a udržiavaní zákazníkov. Analýza troch štvorhviezdičkových hotelov poukázala na dôležitosť prehľadnej štruktúry, zrozumiteľnej navigácie, responzivnosti, umiestnenia tlačidiel s výzvou k akcii a atraktívneho grafického dizajnu, ktoré sa priamo odzrkadľujú v používateľskom zážitku a v počte online rezervácií. Pri nedodržaní jednotného grafického dizajnu, nečitateľnosti prvkov či komplikovanej navigácii hrozí, že návštevníci stránku rýchlo opustia a rezerváciu nedokončia. Z porovnania vyplynulo, že optimálne riešenie by malo vychádzať z rovnováhy medzi estetickým a funkčným aspektom webovej stránky. Pri tvorbe hotelových stránok je preto nevyhnutné zohľadniť nielen správne farebné schémy a atraktívne fotografie, ale aj intuitívne usporiadanie prvkov, umiestnenie CTA tlačidiel a plynulý rezervačný proces. Tieto faktory musia byť navyše prispôbené rôznym zariadeniam, keďže podiel mobilných používateľov neustále rastie. Práve vďaka dôslednému

zameraniu na UX a UI môžu hotely efektívne komunikovať hodnotu svojich služieb, posilňovať dôveru návštevníkov a podporovať ich k priamej rezervácii. Vhodne navrhnutá webová stránka s implementáciou kľúčových UX/UI prvkov prispieva k dlhodobej prosperite, konkurencieschopnosti hotela a rezerváciám. Uskutočnená analýza a komparácia hotelových webových stránok poskytuje vhodný základ pre návrh alebo optimalizáciu webových stránok, práve v hotelovom odvetví.

Literatúra

- [1] MAILCHIMP. *Web Design 101: Everything You Need to Know*. Online. Bez dáta. Dostupné z: <<https://mailchimp.com/resources/web-design/>>. [citované: 2025-03-17].
- [2] BISTRICES, Rachel. *What is a website? Definition + examples*. Online. 2024. Dostupné z: <<https://www.wix.com/blog/what-is-a-website>>. [citované: 2025-03-17].
- [3] HAMIDLI, Nasrullah. *Introduction to UI UX Design Key Concept: Key Concepts and Principles*. Online. 2024. Dostupné z: <<https://www.studocu.com/in/document/anna-university/ui-and-ux-design/introduction-to-ui-ux-design-key-concept/79011825>>. [citované: 2025-03-17].
- [4] LAPÍNOVÁ, V. *UX či UI dizajn: čo to znamená?*. Online. 2023. Dostupné z: <<https://www.invelity.com/blog/ux-ci-ui-dizajn-co-to-znamená>>. [citované: 2025-03-17].
- [5] RICKY, Gunawan; Geraldi, ANTHONY; ANGGREAINY, Maria S. *The Effect of Design User Interface (UI) E-Commerce on User Experience (UX)*. Online. In: 2021 6th International Conference on New Media Studies (CONMEDIA), 12-13 October 2021, Tangerang, Indonesia, str. 95-98. Dostupné z: IEEE Xplore, <<https://ieeexplore.ieee.org/document/9617199>>. [citované: 2025-03-17].
- [6] CORRIGAN, Stephanie. *Introduction to User Interface Design: 6 Important Principles*. Online. Bez dáta. Dostupné z: <<https://www.flux-academy.com/blog/introduction-to-user-interface-design-6-important-principles>>. [citované: 2025-03-17].
- [7] HAAN, Katherine; WATTS, Rob. *Top Website Statistics Today*. Online. 2024. Dostupné z: <<https://www.forbes.com/advisor/business/software/website-statistics/>>. [citované: 2025-03-17].
- [8] SEBASTIAN, Nathan. *Website Design Stats And Trends For Small Businesses - GoodFirms Research*. Online. Bez dáta. Dostupné z: <<https://www.goodfirms.co/resources/web-design-research-small-business>>. [citované: 2025-03-17].
- [9] STATISTA. *Monthly hotel occupancy rates worldwide from 2020 to 2024, by region*. Online. Bez dáta. Dostupné z: <<https://www.statista.com/statistics/206825/hotel-occupancy-rate-by-region/>>. [citované: 2025-03-17].
- [10] STATISTA. *Revenue of the hotel market in Europe from 2017 to 2023, with a forecast until 2028*. Online. Bez dáta. Dostupné z: <<https://www.statista.com/forecasts/1388860/hotel-revenue-europe>>. [citované: 2025-03-17].
- [11] STATISTA. *Sales distribution of the hotel market in Europe from 2017 to 2023, with a forecast until 2028, by channel*. Online. Bez dáta. Dostupné z: <<https://www.statista.com/forecasts/1388873/hotel-market-sales-distribution-europe>>. [citované: 2025-03-17].
- [12] EZZAOUIA, Imane; BULCHAND-GIDUMAL, Jacques. *Do gender, age and frequency of internet access matter on the perceived importance of hotel website features?*. Online. In: Tourism and Hospitality Management-Croatia, Vol. 27, No. 1, str. 167-187, 2021. Dostupné z:

- <https://thm.fthm.hr/images/issues/vol27no1/9_Ezzaouia_BulchandGidumal>. [citované: 2025-03-17].
- [13] ASSARUT, Nuttapol; EIAMKANCHANALAI, Somkiat. *How Hotel Brand Website Contributes to Online Hotel Reservation on Consumer Review Website?* Online. In: *Advances in Hospitality and Tourism Research*, Vol. 10(3), str. 404-426. Dostupné z: <<https://doi.org/10.30519/ahtr.933696>>. [citované: 2025-03-17].
- [14] EIBL, Stefan., AUINGER, Andreas. *On the Role of User Interface Elements in the Hotel Booking Intention: Analyzing a Gap in State-of-The-Art Research*. Online. In: Nah, F., Siau, K. (eds) *HCI in Business, Government and Organizations. HCII 2023. Lecture Notes in Computer Science*, Vol. 14038, str. 170-189. Dostupné z: Springer <https://doi.org/10.1007/978-3-031-35969-9_12>. [citované: 2025-03-17].