

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

**Nízkonákladové cestování a jeho význam v cestovním ruchu**  
se zaměřením na leteckou dopravu

**Bakalářská práce**

Autor: Martin Samek  
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.

Hradec Králové

srpen 2017

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a s použitím literatury uvedené v seznamu zdrojů.

V Hradci Králové dne 17.8.2017

.....  
Martin Samek

Poděkování:

Děkuji vedoucí bakalářské práce Mgr. Dagmar Hrušové, Ph.D. za vedení a cenné rady v průběhu celé práce.

## **Anotace**

### **Název: Nízkonákladové cestování a jeho význam v cestovním ruchu**

Tato bakalářská práce se zabývá tématem nízkonákladového cestování, které se v posledních letech stává velmi populární. Práce zkoumá pojetí pojmu nízkonákladové cestování a dále zjišťuje jeho význam v cestovním ruchu. Teoretická část je tvořena obsahovou analýzou literatury a věnuje se vysvětlování klíčových pojmů a základním informacím týkajících se nízkonákladového cestování. Údaje v praktické části jsou poté doplněny o výsledky získané prostřednictvím strukturovaných dotazníků. V závěru práce poukazuje na konkrétní dopady tohoto cestovního ruchu a nabízí doporučení na základě získaných výsledků.

## **Annotation**

### **Title: Low-cost travelling and its significance for tourism**

This Bachelor thesis focuses on the issue of constantly expanding segment, known as low-cost travelling. It examines the concept of low-cost travelling and its impact on tourism. The theoretical part includes a literature review which is dedicated to the explanation of the key words and general information about low-cost travelling. The data in practical part are supplemented with results of the questionnaires. In conclusion, the thesis shows particular impacts of low-cost traveling and offers recommendation based on the result of the thesis.

## Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce</b> .....	<b>2</b>
2.1	Výzkumné otázky .....	2
<b>3</b>	<b>Metodika zpracování</b> .....	<b>3</b>
3.1	Popis a organizace práce .....	3
3.2	Dílčí kroky .....	4
3.3	Popis výzkumného souboru.....	4
<b>4</b>	<b>Literární rešerše</b> .....	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>Teoretická východiska</b> .....	<b>8</b>
5.1	Nízkonákladový cestovní ruch .....	8
5.1.1	Vymezení základních pojmů .....	10
5.1.2	Motivace k nízkonákladovému cestování .....	11
5.2	Nízkonákladoví cestovatelé a informační technologie .....	11
5.3	Nízkonákladová letecká doprava v cestovním ruchu.....	13
5.3.1	Rozvoj a vznik nízkonákladových leteckých společností.....	13
5.3.2	Cenová politika nízkonákladových leteckých společností .....	15
5.3.3	Nízkonákladoví cestovatelé a cena letecké dopravy .....	16
5.4	Ubytování v nízkonákladovém cestovním ruchu.....	18

<b>6</b>	<b>Výsledky a diskuze .....</b>	<b>21</b>
6.1.1	Kdo jsou nízkonákladoví cestovatelé?.....	21
6.1.2	Jaká je motivace nízkonákladových cestovatelů? .....	24
6.1.3	Jaký význam mají informační technologie u nízkonákladových cestovatelů? .....	26
6.1.4	Jakou pozici má letecká doprava v nízkonákladovém cestovním ruchu?.....	28
6.1.5	Jaký význam má využívání nízkonákladové letecké dopravy? .....	30
6.1.6	Jaká je frekvence cestování v nízkonákladovém cestovním ruchu? .....	32
6.1.7	Jak dlouho nízkonákladoví cestovatelé cestují? .....	33
6.1.8	Jaké jsou preference nízkonákladových cestovatelů v rámci sezónnosti destinace? .....	35
6.1.9	Jaký je preferovaný způsob ubytování u nízkonákladových cestovatelů? .....	36
6.1.10	Kde šetří nízkonákladoví cestovatelé? .....	38
6.1.11	Jakým způsobem tráví čas v destinaci nízkonákladoví cestovatelé?.....	39
<b>7</b>	<b>Shrnutí výsledků .....</b>	<b>40</b>
<b>8</b>	<b>Závěry a doporučení .....</b>	<b>42</b>
<b>9</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>43</b>
<b>10</b>	<b>Přílohy .....</b>	<b>45</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch je díky sílící globalizaci a lepší ekonomické situaci obyvatelstva rychle rostoucím odvětvím. V rámci rozvoje cestovního ruchu se zvyšuje zájem i o individuální cestování, jehož součástí je i nízkonákladový cestovní ruch, který je poměrně novým fenoménem. Moderní doba vzbuzuje u řady lidí touhu po svobodě, dobrodružství a autentických pocitech, které často nemůžou poskytnout cestovní kanceláře nebo agentury. Nízkonákladové cestování se stává možností pro nadšené cestovatele a mladou generaci, která obvykle disponuje dostatkem volného času, ale nedostatkem financí na klasické cestování. Tento způsob cestování úzce souvisí i s rozvojem nízkonákladových leteckých společností, které otevřely nové možnosti cestování.

Práce vznikla na základě autorova zájmu o tuto formu cestování, kterou si již také několikrát vyzkoušel a zajímá se o fungování celé komunity těchto cestovatelů. Mezi další důvod patří nedostatek informací pojednávajících konkrétně o tomto tématu. Na toto téma neexistuje jednotný pohled a definice mnoha autorů se liší. Z toho důvodu je jedním z cílů práce objasnit toto téma na základě vlastních výsledků i na základě pohledů jiných autorů. Dále si práce klade za úkol zjistit, jestli má tento styl cestování nějaký význam pro cestovní ruch a zda se nějak odlišuje od našich představ o cestovním ruchu.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část vychází především z odborné literatury a snaží se vysvětlit klíčové pojmy a náležitosti, které jsou součástí této formy cestování. Praktická část vychází z výsledků vlastního výzkumu a je doplněna o výsledky dalších autorů. Z pohledu dopravy se bakalářská práce zabývá primárně leteckou dopravou, která je pro tento typ cestování typická. Zkoumání ostatních druhů dopravy by bylo nad rámec práce.

## 2 Cíl práce

Tato práce má dva hlavní cíle, které jsou poté rozděleny na jednotlivé výzkumné otázky. Prvním cílem je objasnit téma nízkonákladového cestování v rámci cestovního ruchu. Tento cíl je zvolen především z důvodu nedostatečného množství informací týkajících se tohoto tématu. V rámci tohoto cíle je zkoumán především profil, motiv a hodnoty nízkonákladového cestovatele. Druhým cílem je poté zjistit, jaký význam má nízkonákladové cestování v cestovním ruchu. Tato otázka byla stejně jako první zvolena především z důvodu nedostatku dat, které toto téma může poskytnout. Cílem je zjistit preference nízkonákladových cestovatelů a na základě toho stanovit, jaký význam může mít tento způsob cestování pro samotný cestovní ruch.

### 2.1 Výzkumné otázky

- Kdo jsou nízkonákladoví cestovatelé?
- Jaká je motivace nízkonákladových cestovatelů?
- Jaký význam mají informační technologie u nízkonákladových cestovatelů?
- Jakou pozici má letecká doprava v nízkonákladovém cestovním ruchu?
- Jaký význam má využívání nízkonákladové letecké dopravy?
- Jaká je frekvence cestování v nízkonákladovém cestovním ruchu?
- Jak dlouho nízkonákladoví cestovatelé cestují?
- Jaké jsou preference nízkonákladových cestovatelů v rámci sezónnosti destinace?
- Jaký je preferovaný způsob ubytování u nízkonákladových cestovatelů?
- Kde šetří nízkonákladoví cestovatelé?
- Jakým způsobem tráví čas v destinaci nízkonákladoví cestovatelé?



## **3 Metodika zpracování**

### **3.1 Popis a organizace práce**

Pro zodpovězení stanovených cílů byly použity teoretické i empirické metody. Data pro teoretickou část bakalářské práce byla získávána pomocí obsahové analýzy odborné literatury a praktická část byla poté obohacena o výsledky z dotazníkového šetření.

První část výzkumu se soustředila na obsahovou analýzu odborné literatury. Možnosti české literatury však byly pro toto téma nedostatečné. Z toho důvodu bylo nutné využít i odborné články a literaturu v anglickém jazyce. Vypracování teoretické části bylo poměrně náročné a bylo zapotřebí pracovat s mnoha odlišnými zdroji. Na základě obsahové analýzy bylo možné vytvořit teoretická východiska, která byla podkladem pro praktickou část práce.

Praktická část byla poté doplněna o výsledky z dotazníkového šetření. Strukturovaný dotazník byl vytvořen pomocí webového rozhraní na adrese [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz). Podobu dotazníku je poté možné vidět v Příloze 1. Dotazník byl šířen výlučně prostřednictvím internetu a tento způsob se ukázal jako velmi efektivní. Dotazníkové šetření proběhlo od 5. 3. 2017 do 20. 3. 2017 a během této doby byl dotazník vyplněn 482 respondenty s návratností 79,4%. Zpracování dat bylo částečně usnadněno webovým rozhraním, na kterém byl dotazník vytvořen. Toto rozhraní automaticky zpracovalo data do základních grafů, které byly dále upravovány dle potřeb práce. Při zpracování výsledků do grafů byla použita metoda absolutní a relativní četnosti.

### 3.2 Dílčí kroky

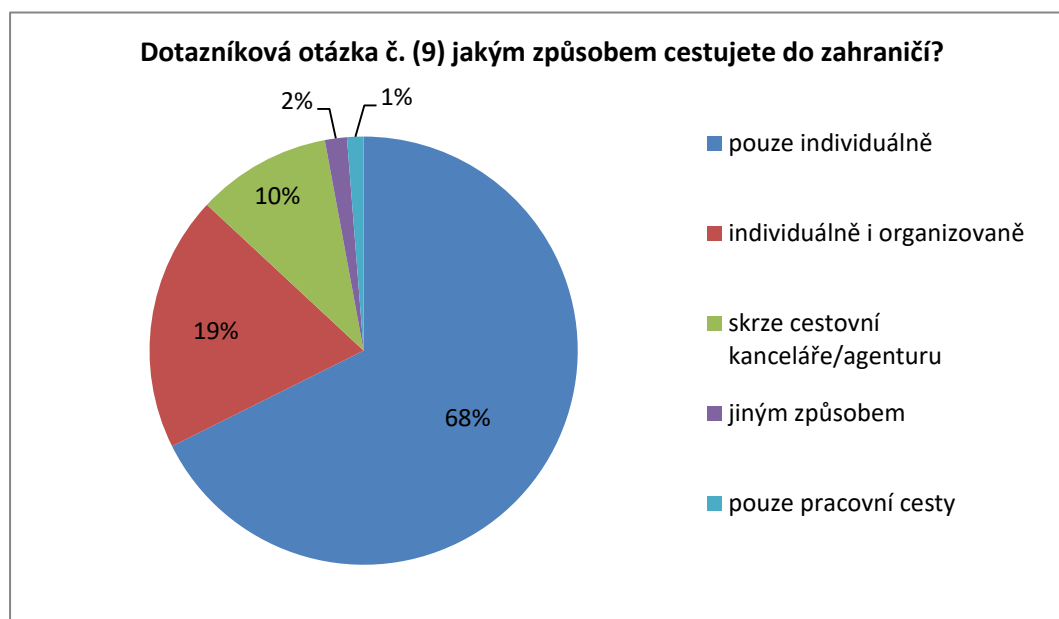
Pro zjištění hlavních cílů (viz kap. 2) bylo nutné práci rozdělit na několik zásadních dílčích kroků, které byly předpokladem pro získání odpovědí na výzkumné otázky.

Posloupnost dílčích kroků:

1. Vlastní pozorování nízkonákladové komunity a výběr literatury
2. Studium odborné literatury
3. Zpracování obsahové analýzy
4. Sestavení dotazníkového šetření
5. Zpracování výsledků dotazníkové šetření
6. Vyvození závěrů na základě teoretické i praktické části

### 3.3 Popis výzkumného souboru

Dotazníkové šetření bylo určeno individuálním cestovatelům z České republiky, což bylo uvedeno i v popisu dotazníku. Dotazník dále nebyl omezen dle pohlaví ani věku. Součástí dotazníku byly dvě segmentační otázky. První segmentační otázka ověřovala způsob, jakým respondenti cestují a selektovala pouze individuální cestovatele (viz Graf 1).



**Graf 1 Preferovaný způsob cestování respondentů. Zdroj: vlastní zpracování**

Na základě grafu 1 byl použit vzorek 419 individuálních cestovatelů, kteří zvolili, že cestují pouze individuálně (68%) nebo individuálně i organizovaně (19%). Zbývající odpovědi nebyly pro další šetření použity.

Vzorek 419 individuálních cestovatelů byl poté ještě zúžen pouze na nízkonákladové cestovatele. Tato dotazníková otázka je zaznamenána na grafu 2. Otázka zkoumala, zda je respondent obeznámen s touto formou cestování a zda tak případně sám cestuje.

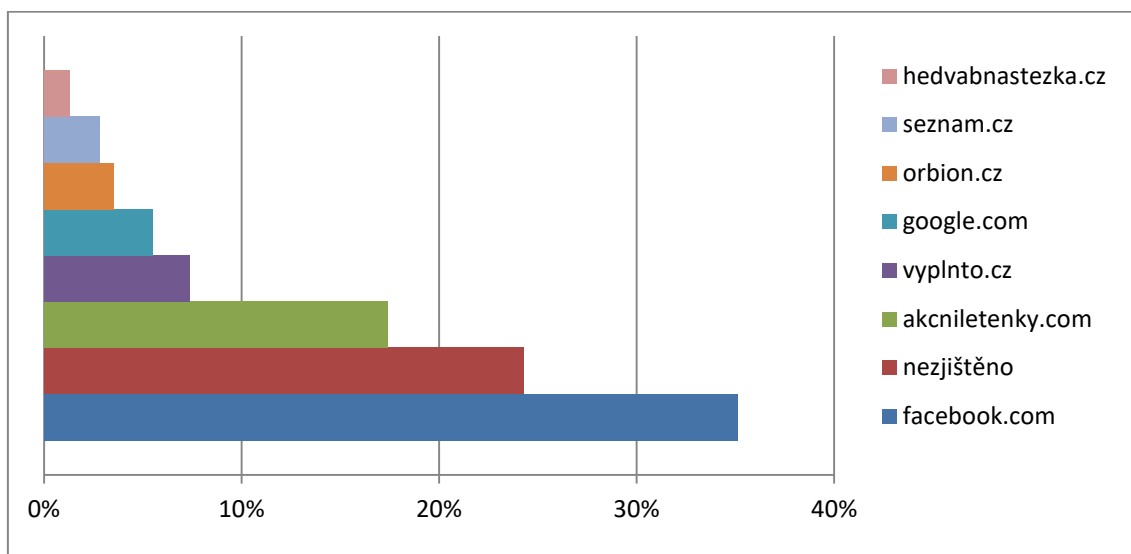


**Graf 2 Obliba nízkonákladového cestování mezi individuálními cestovateli. Zdroj: vlastní zpracování**

Ke konečnému zkoumání byli použiti respondenti, kteří uvedli, že cestují pouze tímto způsobem (46%) nebo se tomuto cestování věnují alespoň někdy (19%). Ze 419 individuálních cestovatelů byl tedy ke konečnému zkoumání použit vzorek 273 nízkonákladových cestovatelů. Tento konečný vzorek je poté zkoumán v samostatné části práce (viz kap. 6).

Co se týče zdroje respondentů, byla největší část získána prostřednictvím sociální sítě [www.facebook.com](http://www.facebook.com) (35%). Dalším významným zdrojem respondentů byly webové stránky s komunitou nízkonákladových cestovatelů [www.akcniletanky.com](http://www.akcniletanky.com) (17%). Část respondentů (8%) vyplnila dotazník skrze

webové rozhraní [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz) na kterém byl dotazník vytvořen. Celých 24% respondentů se nepodařilo ověřit a jejich původ zůstal nezjištěn. Mezi další zdroj respondentů poté patřily cestovatelské weby [www.hedvabnastezka.cz](http://www.hedvabnastezka.cz) a [www.orbion.cz](http://www.orbion.cz) a také vyhledávače [google.com](http://google.com) a [seznam.cz](http://seznam.cz). Všechny zdroje jsou zaznamenány na grafu 3.



**Graf 3 Zdroj respondentů dotazníkového šetření. Zdroj: vlastní zpracování**

## 4 Literární rešerše

Pro potřeby této bakalářské práce bylo obtížné nalézt literaturu, která by se úzce zaměřovala na téma nízkonákladového cestovního ruchu. Z tohoto důvodu byla použita řada odlišných zdrojů, které tuto problematiku řešily alespoň okrajově nebo v obecné rovině. Kromě české literatury bylo použito i několik odborných článků a výzkumů v jazyce anglickém.

Jako zasvěcení do komunity nízkonákladových cestovatelů posloužila kniha *Travel Bible* od Vinše a Nováka (2015). Tato kniha slouží spíše jako příručka pro nízkonákladové cestovatele a byla velmi nápomocná pro pochopení tématu. Nicméně, díky povaze této knihy nebylo možné čerpat příliš mnoho informací, protože text postrádá dostatečnou odbornost. V této práci byla dále využita bakalářská práce *Cestovní ruch a letecká doprava* od L. Báci (2012), která zkoumala existenci vztahů mezi leteckou dopravou a cestovním ruchem. K tématu nízkonákladového cestování se poté vyjadřovala diplomová práce *Motivace českého backpackera*, kterou napsala autorka V. Kernová (2009). Tato práce řešila především otázku, z jakého důvodu se tito cestovatelé rozhodují pro tento styl cestování.

Jelikož v bakalářské práci bylo téma nízkonákladového cestování řešeno ve vztahu k letecké dopravě, byla využita odborná literatura *Provozování letecké dopravy a logistika* L. Bína (2014), která detailně popisovala fungování letecké dopravy a všech jejích náležitostí. Rozšířené informace týkající se letecké dopravy poté poskytla kniha *Svět letecké dopravy* od J. Pruši (2007). Obě výše zmíněné knihy patřily mezi nejrozsáhlejší i v tématu nízkonákladové letecké dopravy, která byla pro tuto práci klíčová.

Pro orientaci v informačních technologiích poté posloužila kniha *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*, kterou zpracoval Zelenka a Kysela (2013). V neposlední řadě byl pro lepší orientaci v terminologii po celou dobu práce využíván *Výkladový slovník cestovního ruchu* od autorů Zelenka a Pásková (2012). Jako užitečný zdroj odborných článků a výzkumů se ukázala anglická webová databáze [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), kde bylo čerpáno od více autorů.

## 5 Teoretická východiska

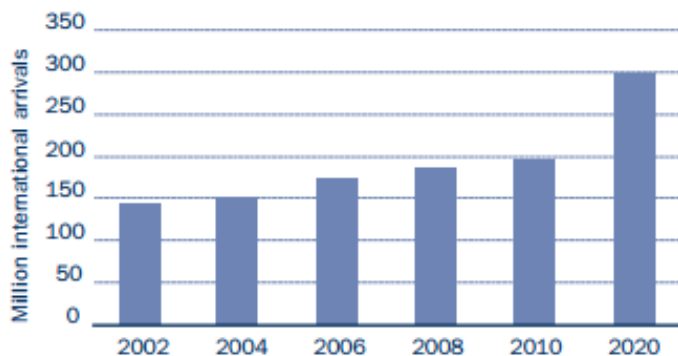
### 5.1 Nízkonákladový cestovní ruch

Autoři Zelenka a Pásková (2012, s. 176) nazývají nízkonákladový cestovní ruch také jako nízkorozpočtový cestovní ruch, levný cestovní ruch nebo budgetový cestovní ruch. Používají se též anglické termíny *low cost travelling* či *budget tourism*. Jedná se o formu individuálního cestovního ruchu, pro který je typické cestování jednotlivců nebo malých skupin, kteří cestují samostatně bez organizace subjekty, jako jsou cestovní kanceláře nebo cestovní agentury. Pro tuto formu individuálního cestovního ruchu je dle Zelenky a Páskové (2012, s. 125) typické ubytování v objektech individuální rekreace a poznávání přírody a kultury za podmínek, které jsou blízké podmínkám místních obyvatel.

Princip nízkonákladového cestování by se dal shrnout jako snížení nákladů na minimum s cílem poznat maximum. Primárně se nízkonákladoví cestovatelé snaží ušetřit na dopravě a ubytování. To potvrzuje i Zelenka a Pásková (2012, s. 176), kteří uvádí, že nejčastější formou snižování nákladů je využívání nejlevnější formy dopravy a akčních cen. Nízkonákladoví cestovatelé snižují své náklady také ubytováním v kempch, pod stanem a v turistických hotelech a hostelech (Zelenka a Pásková 2012, s. 176). Vinš a Novák (2015, s. 204) poté popisují nízkonákladového cestovatele jako turistu, který se chová přesně opačně než tradiční turista. Nízkonákladový cestovatel se dle Vinše a Nováka (2015, s. 204) chová spíše jako místní, protože navštěvuje stejná stravovací zařízení, využívá hromadnou dopravu a utrácí stejné peníze.

Typickou skupinou účastníků je poté mladá generace a blízkým pojmem je cestovní ruch mládeže (angl. *youth tourism*), který se s nízkonákladovým cestovním ruchem silně prolíná. Huang (2015) a SØRENSEN (2003) popisují tuto skupinu jako subkulturu mladých cestovatelů střední třídy, kteří zkoumají planetu s omezeným rozpočtem a mezi společné znaky patří nadšenost pro exotičnost, vyhledávání nízkorozpočtových možností, zájem o potkávání dalších cestovatelů a vyhledávání místní komunity lidí. Cestování mladých účastníků je dle Zelenky (2015, s. 78) také spojováno s využíváním informačních a komunikačních

technologií, sociálních sítí a vysokou flexibilitou při volbě trasy. Mladí turisté mají podle Zelenky (2015, s. 78) dostatek času a příležitostí k cestování a navíc jsou obvykle již ekonomicky aktivní. Dle zprávy podané Blancem (2011) roste cestovní ruch mládeže rychleji než samotný cestovní ruch. Jejich zpráva navíc předpokládá, že k roku 2020 bude touto skupinou cestovatelů podniknuto 300 milionů cest ročně (viz Obr. 1).



**Obrázek 1 Předpokládaný růst youth turismu. Zdroj Blanco (2011)**

Nízkonákladovému cestovnímu ruchu je také blízký pojem batůžkový cestovní ruch (angl. backpacking). Tento typ cestovního ruchu vychází dle Zelenky a Páskové (2012, s. 32) z volnosti pohybu, svobody volby a počítá s nízkými náklady na cestu. Pro tento způsob cestování je podle Jindry (2007, s. 5) a Zelenky a Páskové (2012, s. 32) typické, že si cestovatel nese vše potřebné v batohu na zádech, aktivně se pohybuje v destinaci a jeho finanční výdaje jsou minimální. Účastník tohoto cestovního ruchu se poté nazývá batůžkář (angl. backpacker). Pojem backpacker je dle Krenrové (2009) oblíbený především v zahraniční literatuře, kdy většinou popisuje mladé nezávislé cestovatele, kteří cestují s minimem financí. Zelenka a Pásková (2012, s. 32) tvrdí, že batůžkář vyhledává především volnou přírodu a kulturní památky se zajímavými tradicemi a folklórem. Huang (2015) a SØRENSEN (2003) poté vidí batůžkáře jako individuálního cestovatele na déletrvající cestě s více destinacemi a pružným itinerářem. Krenrová (2009) dodává, že batůžkář cestuje na málo známá turistická místa v malém počtu, s minimálním plánem a maximem času. Jedná se o velmi rozšířenou skupinu cestovatelů, které lze potkat ve všech koutech světa (Krenrová, 2009).



**Obrázek 2 Backpacker si nese vše potřebné na zádech a pohybuje se volnou přírodou. Zdroj:**

**Foto: Samek 2016**

### **5.1.1 Vymezení základních pojmů**

V této formě cestovního ruchu se využívá mnoho rozdílných pojmů, které se však vzájemně prolínají a můžeme u nich nalézt jen málo odlišností (viz kap. 5.1). Termíny pro pojmenování tohoto cestovní ruchu se liší v literatuře, ale i mezi samotnou komunitou těchto cestovatelů. Jelikož se jedná o poměrně nový fenomén, nejsou stanoveny pevné hranice těchto pojmů a většina z nich vychází ze subjektivního vnímání.

Pro potřeby této práce je využíván pojem nízkonákladový cestovní ruch, případně termín nízkonákladové cestování, který je dle autora využíván nejčastěji a zároveň zaštituje celou komunitu cestovatelů, kteří se snaží cestovat s minimálními náklady na cestu nezávisle na destinaci, věku a délce pobytu. Tento pojem navíc vystihuje užší zaměření této práce, jímž je využívání nízkonákladových leteckých dopravců. Pro klasifikaci účastníka nízkonákladového cestovního ruchu poté existuje také řada odlišných termínů. Tato práce však dále pracuje s pojmem nízkonákladový cestovatel.



### 5.1.2 Motivace k nízkonákladovému cestování

Zelenka a Kysela (2013, s. 37) rozdělují individuální cestovatele dle motivace na dvě odlišné skupiny:

- A) Návštěvníky, hledající nevšední zážitky – vyhýbají se centřům cestovního ruchu, dobře se přizpůsobují na místní podmínky a nevyžadují vysokou kvalitu služeb
- B) Individuální cestovatelé vyhledávající vysoký standart služeb a jsou ochotni za vše zaplatit (obvykle střední generace)

V případě nízkonákladového cestování spadá většina účastníků právě do první skupiny. Tyto účastníci mají obvykle silnou touhu cestovat a jejich jedinou překážkou bývá nedostatek financí. Z toho důvodu může vznikat orientace právě na nízkonákladové cestování, kde se cestovatelé snaží snížit svoje náklady na minimum. To potvrzuje i Jindra (2007, s. 125), který tvrdí, že tito cestovatelé často ani předem neví, kam pocestují a nechají se inspirovat na základě cenově výhodné nabídky v některé destinaci. Zelenka a Pásková (2012, s. 162) poté uvádí, že hlavní motivací těchto účastníků je dosažení co nejnižších nákladů na cestu.

Pro mladou generaci může být hnacím motorem i hledání svého smyslu života, který chtějí najít právě při tomto typu cestování. Jindra (2007, s. 5) tvrdí, že samotné cestování člověka formuje a dotváří jeho charakter i osobnost. Příkladem může být mnoho mladých Australanů, kteří dle Vinše a Nováka (2015, s. 27) vyráží před založením rodiny na několikaměsíční cestu do zahraničí, kde si srovnávají své priority. Zelenka (2015, s. 78) navíc uvádí, že cestování a prožitkářství se stává součástí životního stylu a způsobu myšlení mladé generace.

## 5.2 Nízkonákladoví cestovatelé a informační technologie

Nízkonákladové cestování je mimo jiné spojováno s rozvojem informačních technologií a internetu. Tyto technologie jsou nízkonákladovými cestovateli využívány ke komunikaci, k plánování cest, k rezervaci a k platbě. Zelenka a Kysela (2013, s. 143) uvádí, že online rezervační systémy dnes využívají téměř všechny subjekty cestovního ruchu a dovolují efektivně individualizovat služby

zákazníkům. Pro zákazníky je poté podle Diaconu (2012) největší výhodou možnost srovnat ceny všech přepravců a ubytovacích zařízení a vybrat si nejvýhodněji.

Jelikož je dnes drtivá většina nabídek v cestovním ruchu prodávána po internetu, jsou nízkonákladoví cestovatelé přímo závislí na využívání těchto technologií. Nízkonákladoví cestovatelé hledají obvykle nejlevnější a nejvýhodnější nabídku dopravy a ubytování právě na internetu.

V letecké dopravě jsou již všechny nabídky tarifů nabízeny na vlastních stránkách dané společnosti, kde je možné letenky rezervovat a ihned zaplatit. V praxi však není pro nízkonákladového cestovatele dle Vinše a Nováka (2015, s. 133) možné sledovat všechny akční nabídky těchto společností, které navíc bývají ihned vyprodány. Z tohoto důvodu využívají nízkonákladoví cestovatelé webové stránky, které sdružují nabídku akčních cen letenek všech společností. Ukázka této nabídky je poté k vidění v Příloze 2. Cestovatel je při výběru silně závislý na nabídce webových stránek a často tak vybírá destinaci na základě výhodné ceny. Na těchto webech obvykle funguje i celá komunita nízkonákladových cestovatelů. Mezi nejaktivnější webové stránky s nabídkou akčních cen patří webové stránky [cestujlevne.cz](http://cestujlevne.cz), [akcniletanky.cz](http://akcniletanky.cz), [jaknaletanky.cz](http://jaknaletanky.cz), [happyfly.cz](http://happyfly.cz).

Jiná situace nastává v případě, že nízkonákladoví cestovatelé hledají určité lety na určité termíny. Poté totiž využívají nabídku přímo u jednotlivých leteckých dopravců nebo využívají vyhledávače, které mají v databázi všechny letecké společnosti, a dle zvolených kritérií vyhledají leteckou společnost s nejvýhodnější nabídkou. Ukázku vyhledávače s výsledky je pro zajímavost možné vidět v Příloze 3. Jmenovitě jde o vyhledávače na adrese [azair.com](http://azair.com), [kiwi.com](http://kiwi.com) nebo [kayak.com](http://kayak.com).

Mezi komplexnější nástroje, které jsou často využívány, patří nejrůznější RSS čtečky, agregátory a hlídací roboti. Podrobněji o těchto nástrojích pojednává Vinš a Novák (2015).

Podobná situace platí i v případě ubytovacích zařízení, která bývají také zarezervována a zaplácena již prostřednictvím internetu. Webové stránky

k rezervaci mají obvykle propracovaný systém hodnocení a recenzí, který je důležitý pro rozhodování nízkonákladových cestovatelů.

Pro nízkonákladového cestovatele však neexistuje mnoho možností, jak získat akční nabídku ubytování. Z toho důvodu bývá kladen důraz na výběr nejlevnějších forem ubytování (viz kap. 5.4).

### **5.3 Nízkonákladová letecká doprava v cestovním ruchu**

Tato kapitola byla zvolena kvůli silnému propojení mezi nízkonákladovým cestováním a nízkonákladovými leteckými společnostmi. Pro lepší pochopení tohoto tématu je tedy nezbytné vysvětlit fungování nízkonákladových dopravců. Zároveň je nutné pochopit cenovou politiku nízkonákladových společností, a jakým způsobem vznikají nízké tarify, které využívají nízkonákladoví cestovatelé.

#### **5.3.1 Rozvoj a vznik nízkonákladových leteckých společností**

V cestovním ruchu je letecká doprava poměrně novým způsobem přepravy, ale podle Bíny (2014, s. 9) nenalezneme v historii mnoho dalších odvětví, která se vyvíjela tak rychle jako právě letectví. Spojitost mezi cestovním ruchem a leteckou dopravou je poté velmi silná a stále získává na významu. Na celém světě se v roce 2007 podle Pruši (2007, s. 12) přepravilo 2 miliardy cestujících. V roce 2011 se dle statistik IATA (2012) přepravilo 2,8 miliardy cestujících a v roce 2016 již 3,6 miliardy. Aktivity letecké dopravy provozují letečtí dopravci a význam letecké dopravy spočívá především v její rychlosti, operativnosti, snadném překonání velkých vzdáleností a komfortu, který poskytuje ve srovnání s ostatními druhy dopravy (Bína 2014, s. 9).

Trh letecké dopravy byl až do počátku 90. let velmi uzavřený a striktně regulovaný pomocí leteckých dohod. Podle Bíny (2014, s. 29) byl tento systém překážkou pro vznik nízkonákladových společností v Evropě. V letech 1987, 1990, 1992 byla v Evropě realizována řada opatření, která vyústila k liberalizaci trhu letecké dopravy. Tato liberalizace napomohla k rozvoji podnikání v letecké dopravě, zvýšila počet dopravců a podpořila vznik konkurence mezi dopravci

(Bína 2014, s. 30). Liberalizovaný trh dovolil dle Pruši (2007, s. 101) a Bíny (2014, s. 30) vstup nízkonákladových leteckých dopravců na trh. Zároveň Bína (2014, s. 30) dodává, že došlo ke vzniku velkého množství nových leteckých dopravců a vysokému nárůstu mezinárodních linek, kdy se ztrojnásobil počet tratí obsluhovaných třemi a více dopravci, což umožnilo volbu pro cestujícího. K roku 2014 bylo podle Bíny (2014, s. 30) na evropském leteckém trhu více než 130 leteckých společností a síť 450 letišť. Nyní v Evropě vzniká 20 až 25% nízkonákladových společností ročně, avšak přesný počet je složitější určit, protože proces vzniku a zániku společností je kontinuální (Bína 2014, s. 27).

Bína (2014, s. 34) uvádí, že výsledkem analýzy provedené pracovní skupinou firmy Airbus má letecká doprava předpoklad průměrného ročního růstu během příštích dvaceti let průměrně o 4,9% (viz Tabulka 1). Analýza dále očekává, že růst objemu letecké dopravy bude u nízkonákladových dopravců o 2% rychlejší než růst u leteckých dopravců globálních (Bína 2014, s. 34).

Kontinent/Země	Růst v letech 2007 - 2016	Růst v letech 2014 - 2023	Růst v letech 2017 - 2026	Růst v dalších 20ti letech
Evropa	4,8%	4,6%	4,3%	5,2%
Severní Amerika	3,6%	3,5%	3,5%	4,2%
Latinská Amerika	6,7%	4,5%	4,8%	4,9%
Střední Východ	8,1%	3,6%	5,5%	7,1%
Afrika	6,1%	3,8%	4,5%	4,5%
Asie - Pacifik	7,2%	5,3%	5%	6%
Čína	6,6%	7,4%	4,7%	8,2%
<b>Celkem:</b>	5,4%	4,6%	4,4%	5,3%

**Tabulka 1 Předpokládaný nárůst letecké dopravy (vlastní zpracování). Zdroj: Bína (2014)**

Podle Dobruszkeho (2006) bylo 60% leteckých spojů mezi západem a východem Evropy již v roce 2006 představováno nízkonákladovými společnostmi. Podle Diaconu (2012) poté vzrostl sektor nízkonákladových přepravců v Evropě z 1% podílu na trhu v roce 1991 na více než 24% podílu na trhu v roce 2009.

Vznik nízkonákladových dopravců rozhýbal dle Vinše a Nováka (2015, s. 64) evropský trh, kdy se silně zvýšila konkurence a velké aerolinky musely reagovat na

jejich nabídky. Skladba cestujících se dle Pruši (2007, s. 12) výrazně změnila a cestující se liší vzhledem i chováním, protože rozhodujícím kritériem již nebývá cena letecké dopravy, ale spíše časové možnosti cestujících. „*Létání se tak stalo způsobem přepravy, který si může ve vyspělých zemích dovolit prakticky každý člověk s běžným příjmem*“ (Pruša 2007, s. 12). Podle Vinše a Nováka (2015, s. 64) navíc vzrůstá počet nízkonákladových dopravců, kteří dohánějí tradiční letecké dopravce i v případě zaoceánských letů. Pruša (2007, s. 99) uvádí jako příklad této síly nízkonákladovou společnost Ryanair, které se za pouhé 2 roky působení v Praze podařilo zničit konkurenci autobusových spojů i některých tradičních dopravců. Hlavní myšlenka nízkonákladových dopravců spočívá v poskytnutí samotné přepravy bez dalších dodatečných služeb (Pruša 2007, s. 153).

V budoucnu se dá dle Zelenky (2015, s. 165) u nízkonákladových leteckých společností očekávat zvýšení počtů leteckých spojů na krátké a střední vzdálenosti, zvyšování efektivnosti letadel a zvyšování kvality služeb na dálkové lety. Nicméně, poroste cena paliv a poplatků, zvýší se bezpečnostní opatření a poroste konkurence vlaků, což může zpomalit letecké dopravy (Zelenka 2015, s. 165).

### **5.3.2 Cenová politika nízkonákladových leteckých společností**

Pruša (2007, s. 93) uvádí, že v minulosti byly ceny u všech dopravců prakticky stejné a všechny velmi vysoké, konkurence mezi společnostmi byla poměrně přátelská a nízkonákladoví dopravci ani internet prakticky neexistovali. Nízkonákladoví dopravci dnes nabízejí své letenky výhradně prostřednictvím vlastních internetových stránek. Na základě letecké deregulace si mohou letecké společnosti stanovit ceny podle vlastních potřeb (Pruša 2007, s. 12).

Podle Bíny (2014, s. 108) lze říci, že ceny letecké dopravy jsou dnes řízeny trhem. Cena letecké dopravy je poté dle Vinše a Nováka (2015, s. 65) ovlivněna čtyřmi hlavními faktory:

- Konkurence
- Nabídka
- Poptávka
- Cena paliva

Cena leteckých tarifů se dle Pruši (2007, s. 102) často vůbec neodvívá od délky letu a je normální, že ze vzdálenějšího letiště platí nižší tarif. Cena totiž obvykle závisí na konkurenci v dané destinaci a není zde přímá vazba na náklady (Pruša 2007, s. 102). Každá nízkonákladová společnost se snaží o vytvoření nejlevnějších tarifů v dané destinaci tak, aby nabízela lepší podmínky než konkurence (Bína 2014, s. 108). Pruša (2007, 152) vidí jako silně konkurenční trh nízkonákladových dopravců Evropu, USA a Velkou Británii, kde jsou ceny poměrně nízké. Jako méně konkurenční poté Pruša (2007, s. 152) vnímá lety z Evropy do Afriky nebo lety z Evropy do Jižní Ameriky, kde je cena letů stále vyšší.

Cenová politika leteckých dopravců je dle Bíny (2014, s. 108) velmi složitá a komplexní, téměř nepochopitelná pro řadového cestovatele. Jeden let může mít klidně i 10 cenových tarifů, které jsou uvolňovány na základě poptávky ze strany cestujících (Vinš a Novák 2015, s. 66).

Jelikož je cena letenek u nízkonákladových dopravců často velmi nízká, jsou tito přepravci orientováni i na další zdroje příjmů. Bína (2014, s. 144) uvádí, že nízkonákladoví dopravci využívají explicitní tarifování, kdy je cena přepravy dána základním tarifem a každá další služba, o kterou má cestující zájem, je k této částce připočítána.

Bína (2014, s. 158) a Pruša (2007, s. 107) uvádí jako zdroj dalších příjmů prodej na palubě letadel a poplatky při rezervacích a odbavení, které nebývají součástí ceny letenek. Ačkoli je zde tendence nabízet přepravu za co nejnižší ceny, je zde také tendence zvyšovat množství příplatků (Pruša 2014, s. 154). Bína (2007, s. 27) poté tvrdí, že poplatek za přepsání jména nebo poplatek za nadměrnou zátěž může být vyšší než cena za samotnou letenku. Jak dále Bína (2014, s. 158) uvádí, jsou ostatní zdroje příjmů u nízkonákladových dopravců významnou částí jejich celkových příjmů.

### **5.3.3 Nízkonákladoví cestovatelé a cena letecké dopravy**

Ve světě nízkonákladového cestování platí několik pravidel, která jsou dodržována pro získání nejlevnějších tarifů. Dle Vinše a Nováka (2015, s. 74) cestují nízkonákladoví cestovatelé často mimo hlavní sezónu, protože cena letecké

dopravy bývá nejnižší. Tito cestovatelé bývají flexibilnější při výběru letišť a času odletu, protože neoblíbené lety také nabízejí nižší cenu. Vinš a Novák (2015, s. 66) poté uvádí, že u těchto cestovatelů jsou často oblíbené lety s přestupem, které nabízejí levnější tarif než lety přímé. Nízkonákladoví cestovatelé často nevybírají konkrétní data a necestují v denní špičce nebo před víkendem (Vinš a Novák 2015, s. 67). Pruša (2007, s. 83) uvádí, že nejlevněji vychází tarify na vedlejších a menších letištích. Snahou nízkonákladových cestovatelů je vyhýbání se poplatkům za odbavené zavazadlo, které mohou být velmi vysoké. Z toho důvodu cestuje většina nízkonákladových cestovatelů pouze s batohem na zádech.

Kromě obecných pravidel čekají nízkonákladoví cestovatelé i na akční nabídku leteckých společností. Ty podle Pruši (2007, s. 96) do oběhu uvolňují omezené množství akčních letenek, které často získají právě nízkonákladoví cestovatelé. Nabídka zmíněných akčních tarifů může mít mnoho důvodů. Občas jde o úmyslnou nabídku výhodných tarifů a jedná se především o akční cenu pro podporu prodeje, akční ceny při zavádění nového letu nebo akční ceny k oslavě výročí aerolinek. Podle Pruši (2007, s. 98) jsou v období nižšího zájmu prodávány volné kapacity hluboko pod náklady. Pruša (2007, s. 149) a Bína (2014, s. 108) tvrdí, že někdy vznikají akční ceny z důvodu udržení konkurenceschopnosti na trhu a tyto ztrátové lety jsou dotovány lety obchodně úspěšnějšími.

Zřídka se lze setkat i s chybnými tarify, které jsou nedopatřením zavedeny do systému leteckých společností. Tyto tarify nebývají po zakoupení zákazníkem staženy kvůli zachování dobrého jména společnosti.

Důvody ke vzniku chybných tarifů:

- Chyba na úrovni jazykové mutace, kdy je možné narazit na chybné tarify z důvodu překladu webových stránek do jiného jazykové rozhraní (Vinš a Novák 2015, s. 76).
- Chyba při přepočítávání měnového kurzu (Vinš a Novák 2015, s. 89).
- Chyba na straně dopravce při zadávání cenové nabídky.

Nabídku všech akčních cen je možné dohledat na příslušných webových stránkách (viz kap. 5.2), které jsou nízkonákladovými cestovateli často navštěvovány.

## 5.4 Ubytování v nízkonákladovém cestovním ruchu

Výdaje na ubytovací služby tvoří zpravidla významnou část rozpočtu za cestování. Ubytovací zařízení se však dle Zelenky (2015, s. 158) a Jindry (2007, s. 118) významně liší svou cenou, kvalitou služeb, umístěním a typem ubytování. Zároveň podle Zelenky (2015, s. 160) roste zájem o protichůdné formy ubytování, kdy se zvyšuje zájem o ubytování v hotelových řetězcích, ale zároveň roste zájem i o ubytování v soukromí a penzionech. V případě nízkonákladového cestování existuje nepřehledné množství možností. Zpravidla jde o subjektivní volbu těchto cestovatelů a často záleží na destinaci a formě cestování. V zásadě však platí, že tito cestovatelé preferují nižší cenu před kvalitou služeb. K výběru ubytovacího zařízení využívají v drtivé většině internet, kde se nachází webové stránky, které poskytují nejrůznější typy ubytování. Ubytování pro nízkonákladové cestovatele je možné rozdělit na několik forem:

- Ubytování zdarma u stejně smýšlejících cestovatelů a místních

Jak uvádí Vinš a Novák (2015, s. 210) tento typ ubytování není pro každého a funguje formou tzv. exchange, kdy každý cestovatel poskytuje své ubytování zdarma a zároveň využívá nabídku dalších cestovatelů. Největší komunita a zároveň nabídka tohoto typu ubytování existuje na webových stránkách couchsurfing.com. Takové ubytování přináší dle Vinše a Nováka (2015, s. 216) silné kulturní zážitky, kdy dochází k setkávání se s novými lidmi a jejich názory. Tento způsob je často i životním stylem těchto cestovatelů. Bezesporně největší výhodou jsou nulové náklady za ubytování.

- Placený pronájem ubytovacího zařízení

Další možností, která se stává velmi populární, je ubytování formou pronájmu určitého ubytovacího zařízení na zvolený termín. Tuto nabídku často tvoří místní obyvatelé a bývá velmi pestrá. Může se jednat o sdílení bytu či vlastního pokoje, ale nalezneme tu i penzion či apartmán. Tyto nabídky bývají obvykle finančně výhodnější než ubytování v hotelu. Všechny nabídky jsou vystaveny skrze prostředníka na internetu, a mezi nejznámějšího poskytovatele patří v současnosti webové stránky airbnb.com, případně i booking.com. Příklad hledání ubytování



skrze webové stránky airbnb.com se nachází v Příloze 5. Tento typ ubytování poté obvykle stojí dle Vinše a Nováka (2015, s. 226) na referencích a pro nízkonákladového cestovatele je tedy jednoduché ověřit kvalitu služeb.



**Obrázek 3 Ubytování u místních obyvatel skrze airbnb.com. Zdroj: Foto: Samek 2017**

- **Hostely a cestovatelské ubytovny**

Mezi nízkonákladovými cestovateli jsou oblíbené i cestovatelské ubytovny a hostely, které bývají atraktivní cenovou dostupností. Vinš a Novák (2015, s. 235) však dodává, že mnoho hostelů, především v Asii, dnes často předčí čistotou i komfortem hotelová zařízení. V tomto ubytování je sdíleno sociální zázemí, společné prostory a velmi často i samotné ložnice. Ložnice mohou pojmut podle Vinše a Nováka (2015, s. 235) až 20 lidí v jedné místnosti a obvykle platí, čím více lůžek, tím nižší cena ubytování. Vinš a Novák (2015, s. 235) poté uvádí, že v dnešní době nabízí hostely i dvoulůžkové pokoje, dětské koutky a dokáží zprostředkovat i řadu výletů. Hostely dále plní i sociální funkci, kdy se scházejí komunity cestovatelů a navazují se tak nové kontakty (Vinš a Novák 2015, s. 235). V případě těchto zařízení není obvykle nutné rezervovat si ubytování předem a je vhodné pro cestovatele bez pevného plánu. Mezi nejznámější internetové portály s nabídkou tohoto ubytování patří [hostelworld.com](http://hostelworld.com).

- **Ubytování v hotelových zařízeních**

Ačkoli se často nejedná o nízkorozpočtovou možnost, jsou i hotely využívány nízkonákladovými cestovateli. Tuto možnost využívají obvykle cestovatelé, kteří

chtějí vyšší kvalitu služeb a primárně šetří spíše na dopravě než ubytování. Dnes nejsou hotely výsadou pouze organizovaných zájezdů, ale jsou lehce dostupné i pro všechny individuální cestovatele. Rezervace hotelu je obvykle nutná v předstihu skrze internet. Největší nabídka hotelů se poté nachází na webových stránkách, jako je hotels.com, booking.com.

- Další možnosti ubytování

Existuje však i mnoho nestandardních typů ubytování. Jednou z možností je dle Vinše a Nováka (2015, s. 230) například tzv. house sitting, kdy mají cestovatelé možnost pobývat v domě lidí, kteří odjeli pryč a někdo se musí starat o jejich zvířata nebo spravovat domácnost.

Dnes se u mladé generace stává oblíbené i tzv. nomádství. Podle Vinše a Nováka (2015, s. 270) roste i v České republice počet těch, kteří cestují po světě a pracují přes svůj počítač. Dnes se těmto cestovatelům říká digitální nomádi (Vinš a Novák 2015, s. 270). Obvykle nezůstávají dlouho na jednom místě a cestují mezi destinacemi, přičemž často nemají ani místo trvalého bydliště.

Dle charakteru cesty se někteří nízkonákladoví cestovatelé často spokojí i se spaním v přírodě, ve stanu nebo v kempech. Takové ubytování poskytuje nejnižší možnou cenu a je typické pro cestovatele, kteří vyhledávají přírodu.



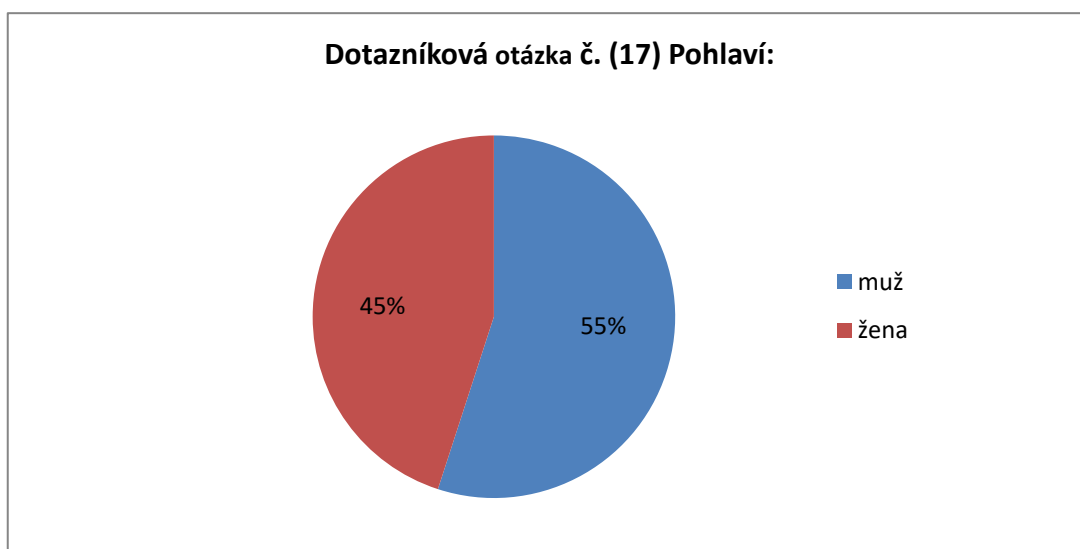
**Obrázek 3 Ubytování v přírodě nejčastěji využívají tzv. backpackeři. Zdroj: Foto: Samek 2016**

## 6 Výsledky a diskuze

V následující kapitole jsou řešeny jednotlivé výzkumné otázky (viz kap. 2.1), které jsou zodpovězeny pomocí výsledků z dotazníkového šetření, případně doplněny o poznatky dalších autorů. Výsledky dotazníkového šetření zahrnují pouze odpovědi získané od nízkonákladových cestovatelů (viz kap. 3.3). V rámci každé výzkumné otázky je poté vedena diskuze týkající se příslušného tématu.

### 6.1.1 Kdo jsou nízkonákladoví cestovatelé?

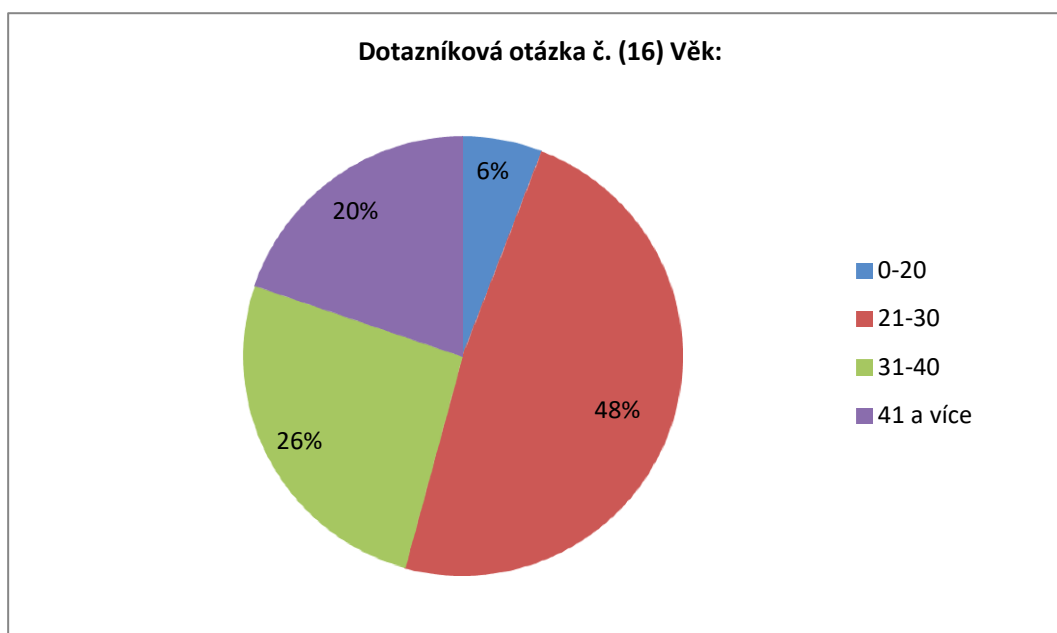
Pro identifikaci nízkonákladových cestovatelů bylo v dotazníkovém šetření položeno několik otázek. Na grafu 4 jsou znázorněny odpovědi na otázku, která řešila pohlaví nízkonákladových cestovatelů.



**Graf 4 Pohlaví nízkonákladových cestovatelů. Zdroj: vlastní zpracování**

Graf 4 ukazuje, že 55% respondentů tvoří muži a zbylých 45% jsou ženy. V otázce pohlaví nízkonákladových cestovatelů tedy nevznikly žádné extrémní rozdíly, které by poukazovaly na převahu jednoho pohlaví. Na základě výsledků lze tvrdit, že nízkonákladový cestovní ruch je z hlediska pohlaví poměrně vyrovnaný.

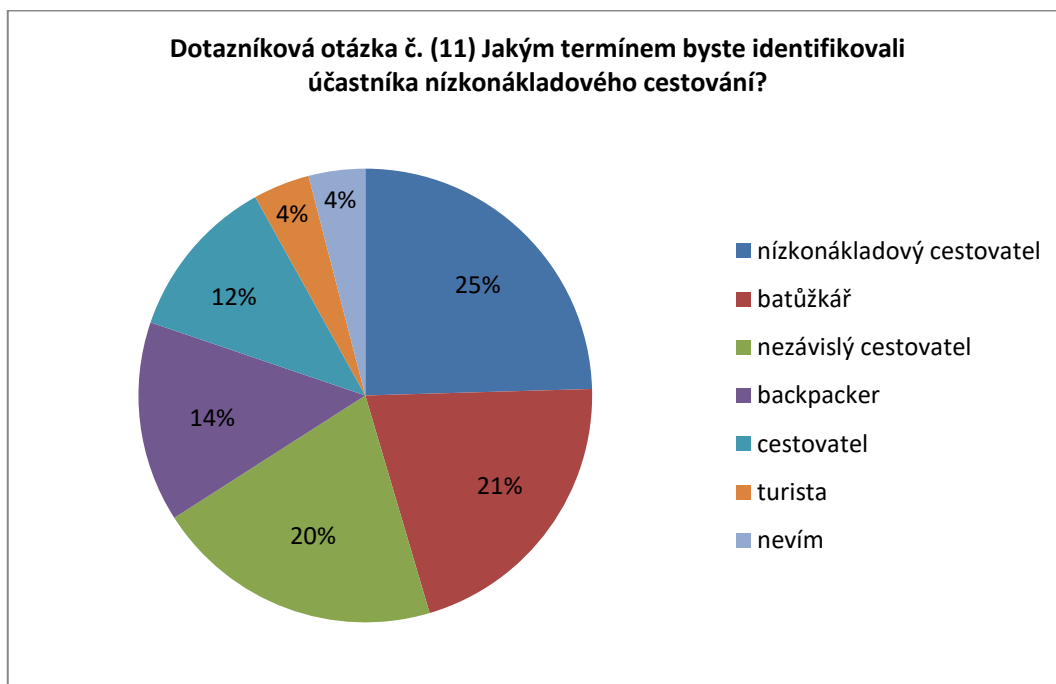
Další otázka zabývající se identifikací nízkonákladových cestovatelů řešila věk respondentů (viz Graf 5).



**Graf 5 Věkové složení nízkonákladových cestovatelů. Zdroj: vlastní zpracování**

Dle očekávání bylo nejvíce nízkonákladových cestovatelů (48%) ve věkovém rozmezí 21-30 let. Cestovatelů mladších 20 let bylo pouze 6% a celkem bylo 54% respondentů mladších 30 let. Z pohledu cestovního ruchu tedy zvyšuje nízkonákladové cestování podíl mladých turistů. To je dáno především lepší cenovou dostupností a dostatkem volného času, kterým tito mladí cestovatelé disponují (viz kap. 5.1). Nízkonákladové cestování tudíž podporuje trend, který uvádí i Zelenka (2015, s. 78), kdy se zvyšuje zájem o mládežnický cestovní ruch. Nicméně, je zde i nezanedbatelná skupina cestovatelů ve věku 31-40, která tvoří 26%. Další významnou skupinou jsou nízkonákladoví cestovatelé starší 41 let (20%). Toto šetření tedy přineslo zajímavé výsledky i u skupiny nízkonákladových cestovatelů starších 31 let, protože tato skupina dohromady tvořila celých 46%. Je očividné, že skladba nízkonákladových cestovatelů není pouze mezi studenty, ale tento typ cestování se stává populárním i mezi starší generací. Výsledky vyvracejí, že by nízkonákladové cestování bylo prioritou pouze mladé generace a je nutné brát v potaz i podíl starších cestovatelů, který se očividně zvyšuje.

Jedna z dalších otázek byla zaměřena na popis účastníka tohoto cestovního ruchu. Respondenti měli vybrat, jakým termínem by označili cestovatele, který se věnuje nízkonákladovému cestování. Jejich odpovědi jsou zaznamenány na Grafu 6.



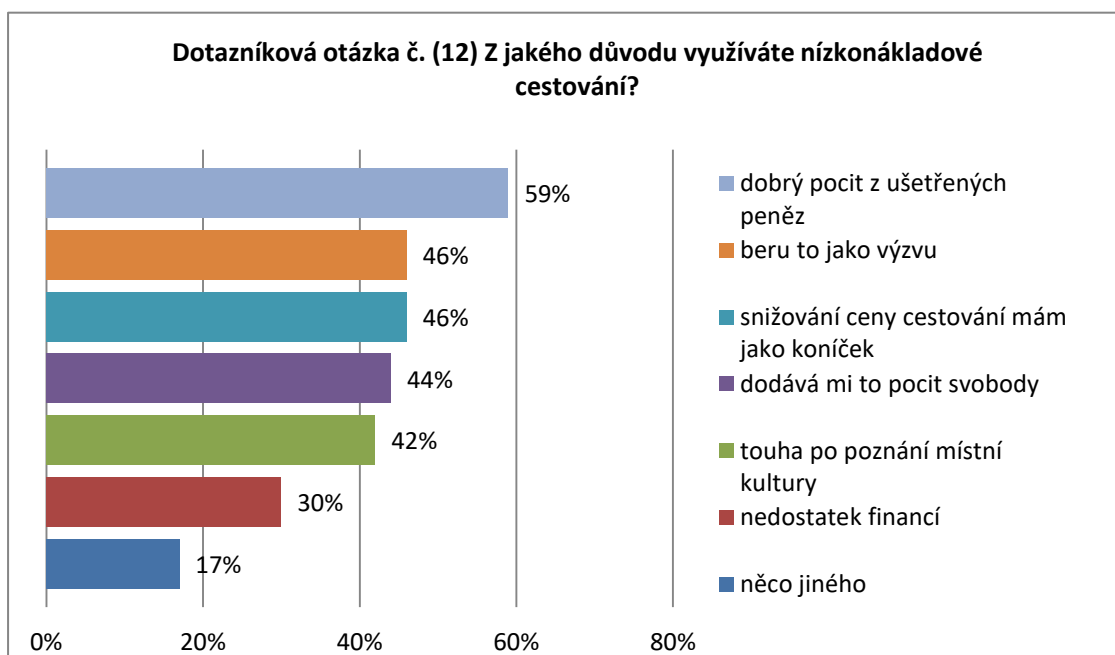
**Graf 6. Pojmenování účastníka nízkonákladového cestovního ruchu. Zdroj: vlastní zpracování**

Výběr pojmu, který popisuje účastníka tohoto cestovního ruchu, byl ze strany nízkonákladových cestovatelů velmi pestrý. Tento jev dokazuje, že hranice těchto pojmů nejsou pevně vymezeny a každý k nim přistupuje jinak. Nelze tedy hovořit o jednotném termínu, který by vymezoval skupinu těchto cestovatelů. Zjištění se zároveň shoduje s výsledky získanými během obsahové analýzy, kde bylo popsáno několik možných termínů (viz kap. 5.1).

Mezi tři nejčastější pojmenování se zařadil nízkonákladový cestovatel (25%), batůžkář (21%) a nezávislý cestovatel (20%). Zajímavá je však i poměrně velká oblíbenost anglického pojmu backpacker, který dosáhl 14%. Méně oblíbené poté byly spíše obecné termíny jako cestovatel (12%) a turista (4%).

### 6.1.2 Jaká je motivace nízkonákladových cestovatelů?

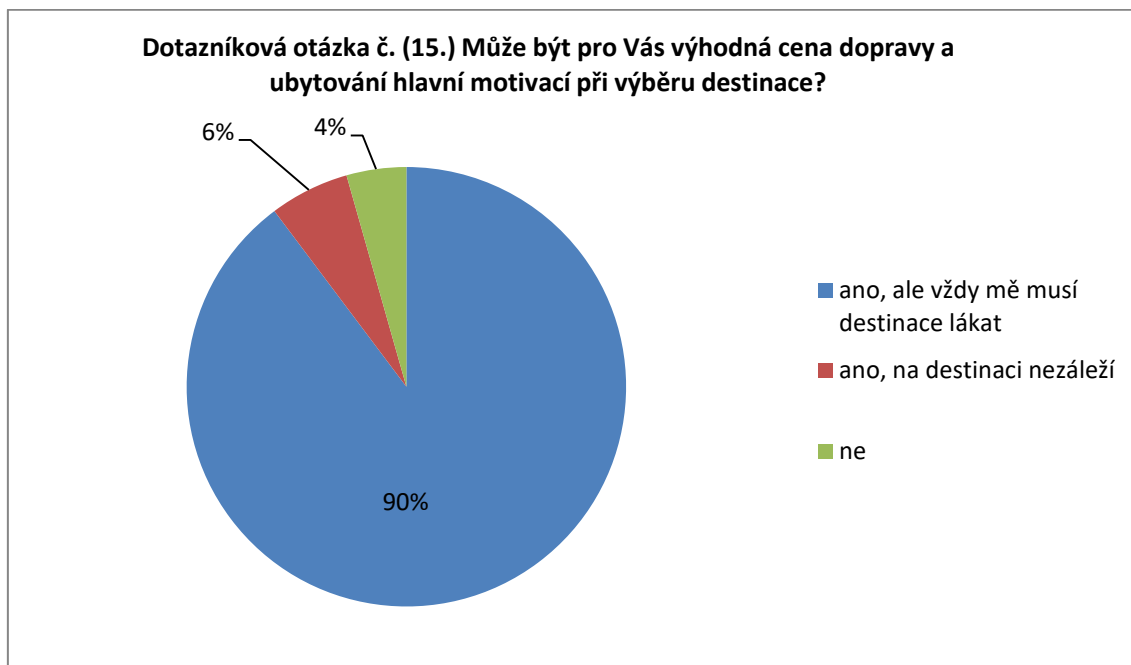
Dotazníková otázka zobrazená na grafu 7 hledala motivace nízkonákladových cestovatelů. V případě této otázky bylo možné zvolit více odpovědí.



Graf 7 Motivace nízkonákladových cestovatelů. Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastějším důvodem k volbě nízkonákladového cestování byl dobrý pocit z ušetřených peněz (59%), což poukazuje na neochotu platit za cestování peníze navíc. Nicméně se zároveň nezdá, že by většina nízkonákladových cestovatelů neměla dostatek financí, protože tuto možnost zvolilo jen 30% dotázaných. Další otázky naznačují, že může jít z části o zálibu, protože 46% cestovatelů to bere jako výzvu a stejný počet cestovatelů uvedlo, že se pro ně snižování ceny za cestování stalo koníčkem. Daný způsob cestování dodává pocit svobody 44% a dalších 42% volí tento typ cestování pro lepší poznání místní kultury v destinaci. V rámci dotazníkové otázky však nebyly získány jednoznačné odpovědi, které by poukazovaly na určitý trend napříč celou komunitou nízkonákladových cestovatelů. Naopak bylo zjištěno, že důvod k výběru tohoto cestování je různorodý. Výsledky se tak shodují s dalšími autory v kapitole 5.1.2, která se motivací nízkonákladových cestovatelů zabývala.

Pro lepší pochopení vztahu mezi cenou cestování a rozhodováním nízkonákladových cestovatelů byla položena další otázka (viz graf 8).

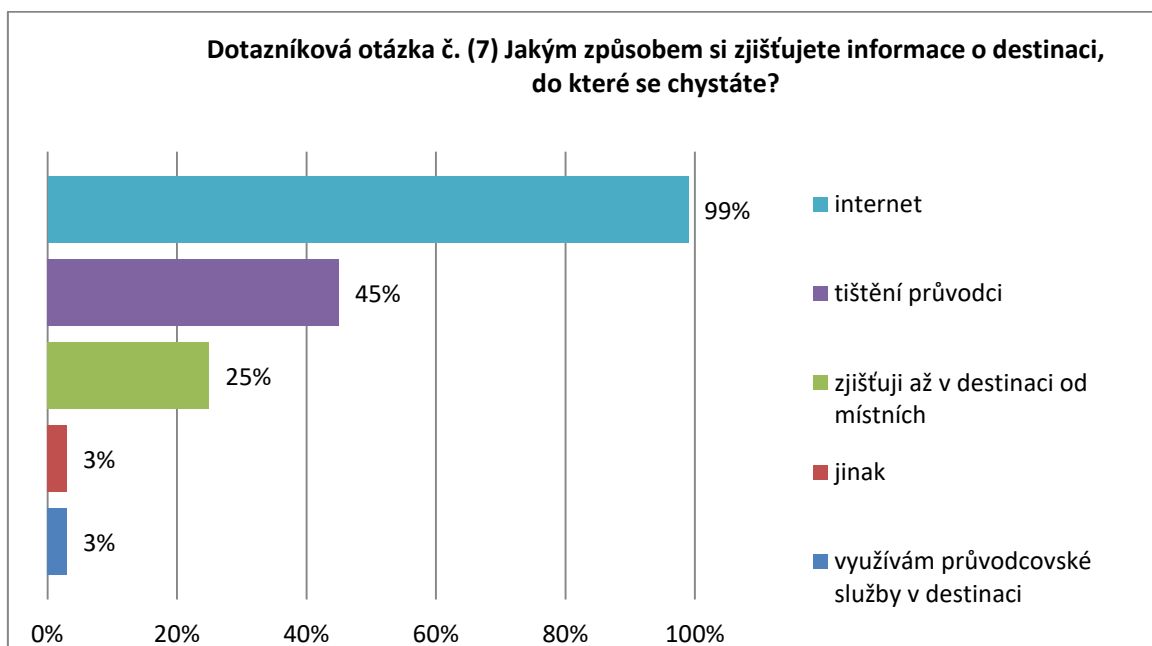


**Graf 8 Závislost ceny cestování na výběru destinace u nízkonákladových cestovatelů. Zdroj: vlastní zpracování**

Naprostá většina respondentů (90%) uvedla, že výhodná cena pro ně může být motivací k návštěvě destinace. Pouze 6% respondentů uvedlo, že se řídí pouze cenovou nabídkou nezávisle na destinaci. Podobný fenomén ve vztahu k nízkonákladovým leteckým společnostem popisuje i Pruša (2007, s. 98), který tvrdí, že lidé často vybírají destinaci pouze na základě výhodné cenové nabídky, což vidí jako možnost pro nové a menší destinace. Z dotazníkového šetření je však evidentní, že nízkonákladoví cestovatelé nenásledují pouze cenové nabídky, ale velmi často se zajímají i o cílovou destinaci.

### 6.1.3 Jaký význam mají informační technologie u nízkonákladových cestovatelů?

V rámci identifikace nízkonákladového cestovatele byla respondentům položena otázka zobrazená na grafu 9, která se týkala zjišťování informací o destinaci. V případě této otázky bylo možné zvolit více možností.

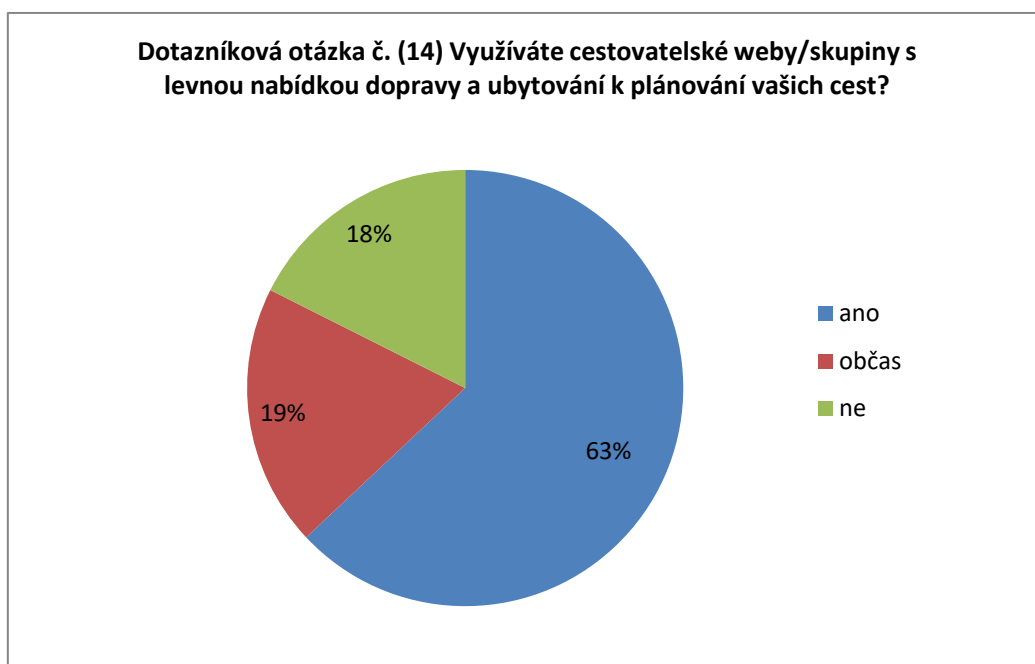


**Graf 9 Způsob hledání informací mezi nízkonákladovými cestovateli. Zdroj: vlastní zpracování**

Pokud jde o používání informačních technologií a internetu odhalila tato otázka, že 99% procent respondentů využívá pro zjišťování informací o destinaci internet. Zjištění není příliš překvapivé a poukazuje na sílu těchto technologií v cestovním ruchu. Mezi nízkonákladovými cestovateli jde poté o klíčový nástroj (viz kap. 5.2). Tištěné průvodce využívá 45% respondentů. Pouze 25% respondentů si zjišťuje informace od místních obyvatel až po příjezdu a 3% využívají průvodcovské služby v destinaci. Z výsledků je patrné, že většina nízkonákladových cestovatelů jezdí do destinace již připravena. Jelikož jsou nízkonákladoví cestovatelé silně vázáni na tyto technologie, je pravděpodobné, že nabídka destinací na internetu má nemalý vliv na jejich rozhodování.



Jak moc jsou nízkonákladoví cestovatelé vázáni na nabídky, které se nachází na příslušných webových stránkách, zjišťovala otázka na grafu 10.

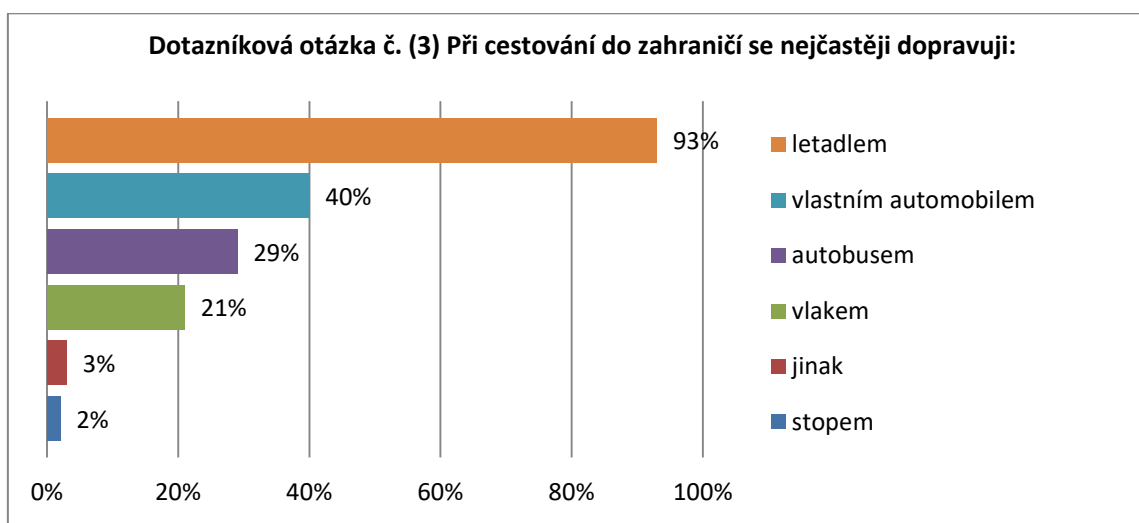


**Graf 10 Využívání cestovatelských webů nebo skupin s levnou nabídkou dopravy nebo ubytování k plánování cest mezi nízkonákladovými cestovateli. Zdroj: vlastní zpracování**

Popularita cestovatelských webů s akční nabídkou letů a ubytování je poměrně značná a potvrdila předpoklady uvedené v teoretické části (viz kap. 5.2). Z výsledků je patrné, že 82% respondentů tyto weby navštěvuje a pouhých 18% tyto weby vůbec nevyužívá. Tento fenomén opět potvrzuje důležitost informačních technologií a internetu mezi nízkonákladovými cestovateli. Zároveň lze pozorovat, že většina nízkonákladových cestovatelů hledá nejvýhodnější ceny skrze webové prostředníky. Spreitzhofer (2008) poukazuje na trend, kdy s rozvojem informačních technologií narůstá počet nízkonákladových cestovatelů. Zelenka (2015) také uvádí rostoucí vliv sociálních sítí na případné cestovatele. Lze rovněž očekávat, že nízkonákladoví cestovatelé jsou závislí na nabídce těchto webů a jejich cesty jsou poté omezeny na destinace, které se zde objevují.

### 6.1.4 Jakou pozici má letecká doprava v nízkonákladovém cestovním ruchu?

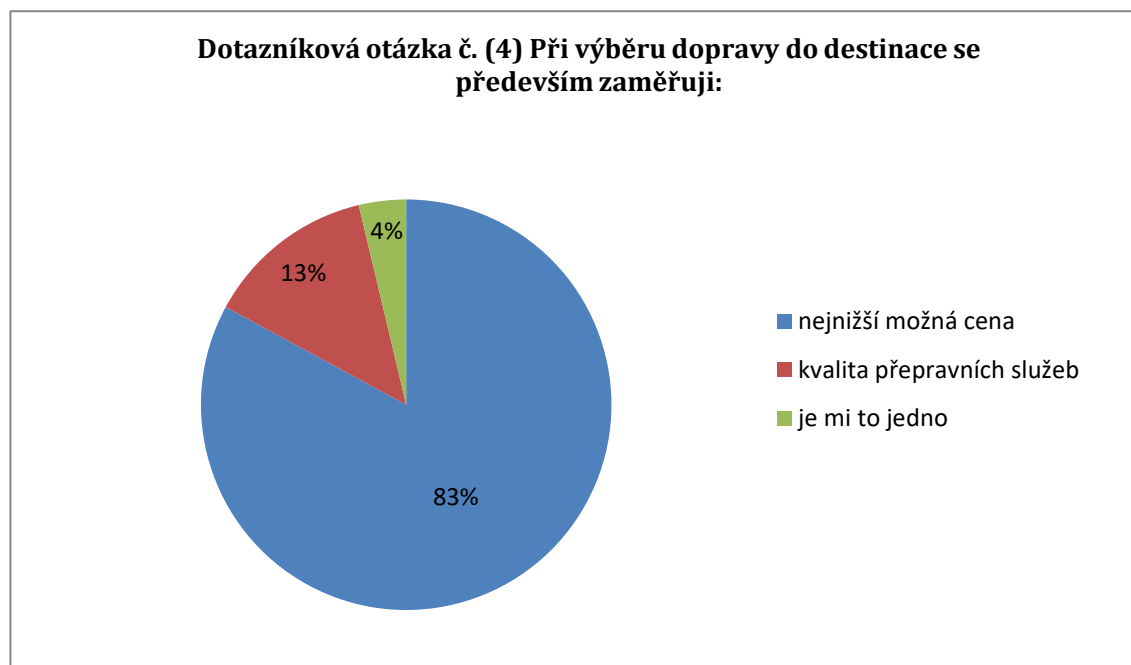
Ačkoli je práce primárně zaměřena na leteckou dopravu v nízkonákladovém cestovním ruchu, bylo nutné ověřit, zda je tento typ dopravy opravdu preferován a zda se zachází se správným vzorkem. Pro tyto potřeby byla nízkonákladovým cestovatelům položena dotazníková otázka zobrazena na Grafu 11, kde měli respondenti na výběr z více možností.



**Graf 11** Preference dopravy mezi nízkonákladovými cestovateli. Zdroj: vlastní zpracování

Šetření přineslo očekávané výsledky, kdy 93% respondentů uvedlo, že na své cesty do zahraničí využívá leteckou dopravu. Zajímavý je však i počet respondentů, kteří využívají vlastní automobil (40%), autobus (29%) a vlak (21%). Přes velkou převahu letecké dopravy je tu tedy značná část nízkonákladových cestovatelů, kteří využívají i jiné alternativy. Nicméně, tato otázka potvrdila důležitost letecké dopravy v této formě cestovního ruchu.

Kromě preference dopravních prostředků bylo také důležité zjistit, na jaké aspekty se nízkonákladoví cestovatelé v případě dopravy zaměřují (viz graf 12).



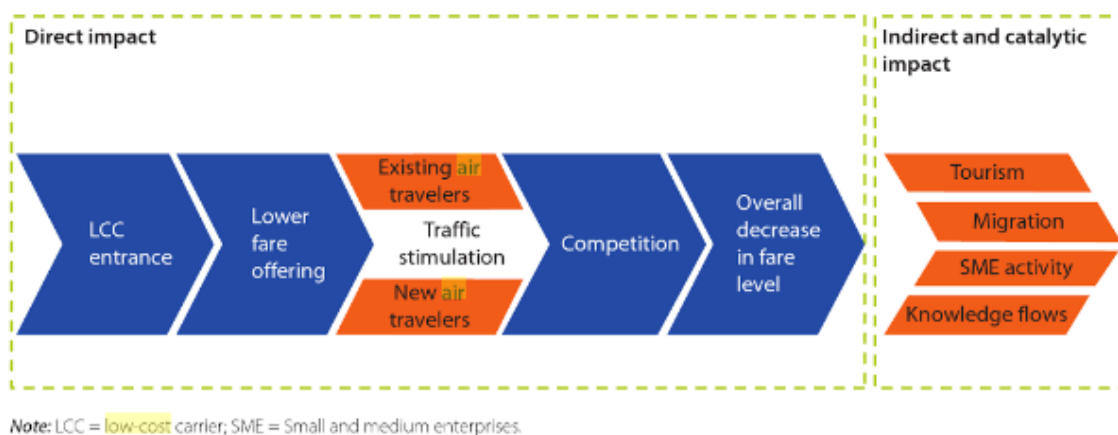
**Graf 12 Preferované vlastnosti dopravy mezi nízkonákladovými cestovateli. Zdroj: vlastní zpracování**

Při tomto šetření šlo o porovnání preferencí v otázce kvality a ceny dopravy. Většina respondentů (83%) uvedla, že při výběru dopravy se zaměřují na nejnižší možnou cenu. Pro 13% je nejdůležitější kvalita služeb přepravy a zbylá 4% se nevyjádřila ani k jedné z možností. V tomto případě lze pozorovat předpokládané preference nízkonákladových cestovatelů, pro které je nejdůležitější hlavně cena přepravy. Z výsledků zobrazených na grafu 11 a grafu 12 je patrné, že nízkonákladoví cestovatelé se nejčastěji zaměřují na leteckou dopravu za nejnižší možnou cenu, což vede k volbě nízkonákladových leteckých společností, které tyto možnosti nejčastěji poskytují. Tento fakt potvrzuje i šetření zobrazené na grafu 10, kde většina cestovatelů uvedla, že používají webové stránky s akční nabídkou dopravy. Na těchto webech se objevuje výlučně nabídka nízkonákladových leteckých dopravců. Lze tedy tvrdit, že pro nízkonákladové cestovatele mají nízkonákladové letecké společnosti velký význam.

### 6.1.5 Jaký význam má využívání nízkonákladové letecké dopravy?

V kapitole 6.1.4 bylo zjištěno, že nízkonákladová letecká doprava je hojně využívána nízkonákladovými cestovateli. Využívání této formy letecké dopravy má však řadu dopadů.

Nárůst nízkonákladové letecké dopravy má podle Weisskopfa a Schlumbergera (2014, s. 27) mnoho přímých a nepřímých dopadů na spoustu okruhů a podle všeho lze říci, že letecká doprava má pozitivní dopad na zaměstnanost, GDP, obchod a turismus. Bína (2014, s. 68) dodává, že kromě pozitivních dopadů je zde i řada negativních, jako je vyšší hrozba teroristických útoků, politická nestabilita, zánik pracovních míst v důsledku zániku společnosti a někdy nebezpečně velká ekonomická podpora letecké společnosti státem. Weisskopfa a Schlumberger (2014) shrnují přímé i nepřímé dopady nízkonákladových leteckých společností na obrázku 4. Toto schéma vysvětluje, že vstup nízkonákladových leteckých společností na trh sníží cenu leteckých tarifů, zvýší konkurenci a tím sníží cenu tarifů celkově i v rámci dalších společností. Podle schématu se poté podpoří cestovní ruch, migrace v rámci této destinace a podnikání.



**Obrázek 4 Přímé a nepřímé dopady vstupu nízkonákladových leteckých společností.**

**Zdroj: Weisskopfa (2014)**

Báča (2012) ve své práci tvrdí, že nízkonákladová letecká doprava má silnější vliv na městské destinace, protože je zde velká koncentrace nízkonákladových společností a naopak přímořské destinace jsou pokryté spíše

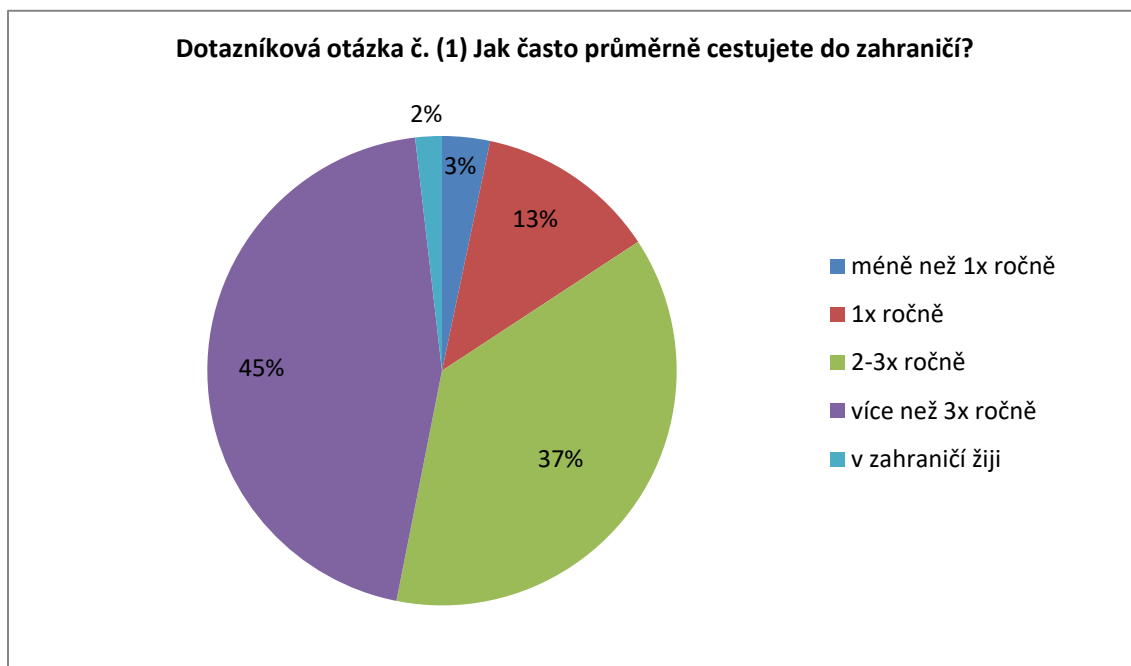
charterovými spoji. Nízkonákladoví cestovatelé se tedy zaměřují na městské destinace častěji než ostatní turisté. Autor Dobruszkes (2006) uvádí, že nízkonákladové společnosti silně povzbudily turismus ve městech, jako je Budapešť, Varšava, Krakov a Praha. Dle Bíny (2014, s. 28) má využívání nízkonákladových leteckých dopravců pozitivní vliv na menší a neturistická města, která jsou často využívána nízkonákladovými leteckými společnostmi, kvůli nižším nákladům. Chung a Whang (2011) potvrzuje, že díky nízkonákladovým společnostem vznikají nové destinace. Bína (2014, s. 29) dále uvádí, že se v těchto jinak neturisticky zajímavých místech vytvářejí nové příležitosti a pracovní pozice, protože se zde rozvíjí síť služeb pro cestující.

Dle Chunga a Whanga (2011) mají nízkonákladové společnosti velkou zásluhu na tom, že k letecké dopravě přivedly cestující, kteří by jinak zejména z finančních důvodů letadlem necestovali. Zelenka (2015, s. 165) poté tvrdí, že nízkonákladové letecké společnosti přivedly k cestování nové segmenty klientů, jako jsou studenti a lidi s nižšími příjmy. Chung a Whang (2011) uvádí, že nízkonákladové letecké společnosti vyvolaly z 59% novou poptávku a 37% cestujících získaly přesunem v leteckém trhu, zároveň by podle něj 71% cestujících vůbec necestovalo, 15% by cestovalo autem, 6% vlakem a 8% jinak.

Je tedy evidentní, že nízké tarify u nízkonákladových leteckých společností silně podpořily vznik nízkonákladového cestovního ruchu a komunita nízkonákladových cestovatelů stojí na jejich službách. Zároveň jsou dopady nízkonákladových cestovatelů často rovny dopadům nízkonákladových společností a tyto odvětví jsou silně provázány.

### 6.1.6 Jaká je frekvence cestování v nízkonákladovém cestovním ruchu?

V rámci zkoumání významu nízkonákladového cestování byla položena dotazníková otázka zobrazená na grafu 13. Tato otázka zkoumala frekvenci cestování u nízkonákladových cestovatelů

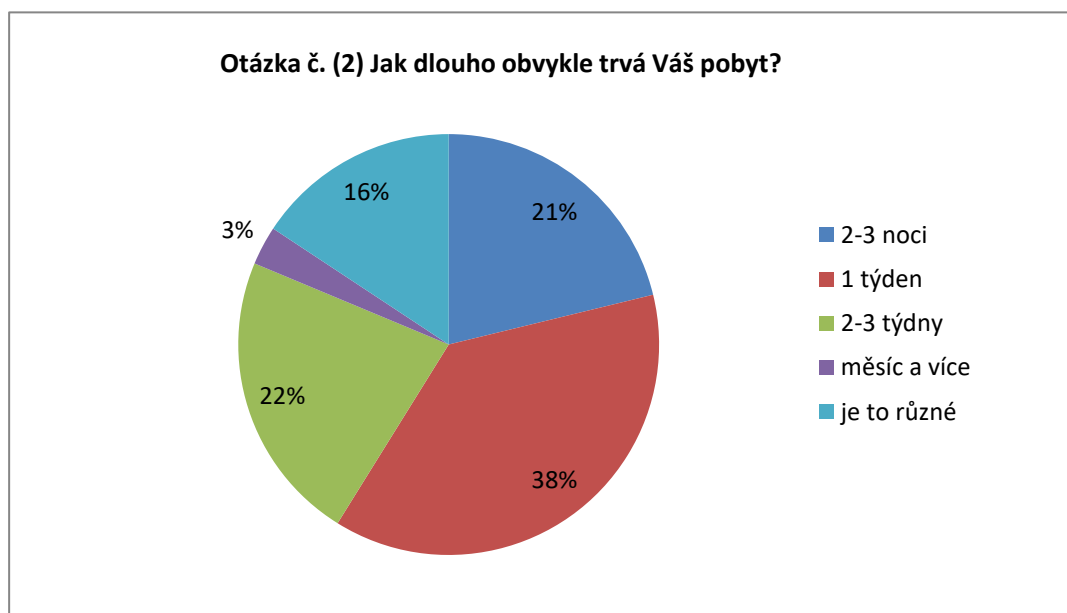


Graf 13 Frekvence cestování nízkonákladových cestovatelů. Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu je patrné, že nízkonákladoví cestovatelé dávají přednost častějším návštěvám zahraničí než je obvyklé u klasických turistů. Možnost 2-3x ročně zvolilo 37% respondentů a pouhých 13% cestuje 1x ročně. Pozoruhodné bylo především zjištění, že 45% respondentů cestuje více než 3x ročně. Lze tedy s jistotou říci, že nízkonákladoví cestovatelé mají pozitivní dopad na objem cest a podporují růst cestovního ruchu. Lze předpokládat, že díky snížení nákladů na jednotlivé cesty si mohou nízkonákladoví cestovatelé dovolit více dovolených za rok. Jelikož je poté značná část nízkonákladových cestovatelů mladšího věku, mohou si tyto cesty dovolit i z časových důvodů.

### 6.1.7 Jak dlouho nízkonákladoví cestovatelé cestují?

Kromě frekvence cestování byla u nízkonákladových cestovatelů zkoumána i délka pobytu v zahraničí (viz graf 14).



Graf 14 Preferovaná délka pobytu nízkonákladových cestovatelů. Zdroj: vlastní zpracování

Ve volbě délky pobytu v zahraničí byla nejčastěji vybrána možnost 1 týden (38%). Dále respondenti uvedli, že délka jejich pobytu trvá 2-3 týdny (22%) nebo 2-3 noci (21%). Na dobu delší než 1 měsíc cestuje pouze 3% respondentů a 16% respondentů uvedlo, že každý pobyt je obvykle různě dlouhý. Za zajímavé zjištění lze považovat odpovědi, kde respondenti uvedli, že jejich pobyt trvá 2-3 noci, protože tato odpověď byla mezi nízkonákladovými cestovateli téměř na stejné příčce jako 2-3 týdny. Podle Donzelliho (2010) je trend krátkých dovolených zapříčiněn nabídkou levných tarifů, které poskytují nízkonákladové společnosti a cestovatelé si tak mohou dovolit více kratších dovolených. Zelenka (2015, s. 77) uvádí, že je to především díky nabídce flexibilnějších možností cestování a vyšší mobilitě. Trend krátkých dovolených je pak podle Báči (2012) typický především pro destinace vycházející z návštěvy historického města.

Na základě grafu 13 a grafu 14 bylo dále zkoumáno, zda existuje nějaká závislost mezi frekvencí cest do zahraničí a délkou pobytu u nízkonákladových cestovatelů. K této potřebě byla zpracována tabulka 2, kde je tato závislost zobrazena.

		Délka pobytu				
		2-3 noci	1 týden	2-3 týdny	Měsíc a více	Je to různé
Frekvence cestování	1x ročně	8%	41%	34%	8%	9%
	2-3x ročně	24%	39%	21%	2%	14%
	Více než 3x ročně	27%	34%	18%	1%	20%

**Tabulka 2** Závislost délky pobytu na frekvenci cestování u nízkonákladových cestovatelů.

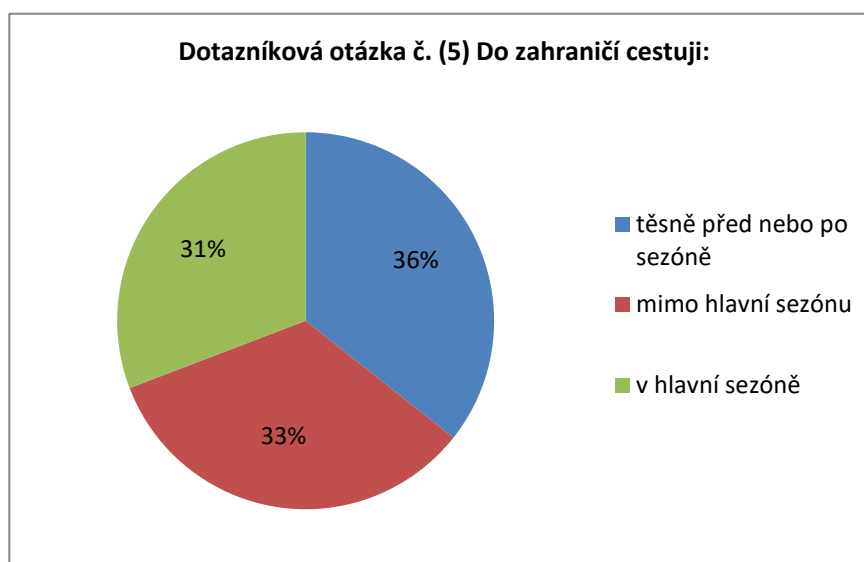
**Zdroj:** vlastní zpracování

Výsledky potvrdily, že častější dovolená znamená kratší pobyt. Například cestovatelé, kteří cestují pouze 1x ročně volí pobyt na 2-3 noci pouze v 8% a spíše preferují týdenní cestu (41%) nebo cestu na 2-3 týdny (34%). U těchto cestovatelů byl také zaznamenán nejvyšší zájem o dlouhodobé cesty (8%). Největší zájem o krátké dovolené byl zaznamenán u cestovatelů, kteří cestují 2-3x ročně (24%) a u cestovatelů, kteří cestují více než 3x ročně (27%). Nicméně i cestovatelé, kteří cestují vícekrát ročně, mají poměrně velký podíl na cestách, které trvají 1 týden nebo 2-3 týdny. Celkově tedy zvyšují nízkonákladoví cestovatelé frekvenci cestování i počet dnů strávených v zahraničí a mají tak vliv na růst cestovního ruchu jako celku.



### 6.1.8 Jaké jsou preference nízkonákladových cestovatelů v rámci sezónnosti destinace?

Vzorek nízkonákladových cestovatelů byl dále šetřen i z pohledu doby, kdy se vydávají na svojí cestu do zahraničí (viz graf 16).



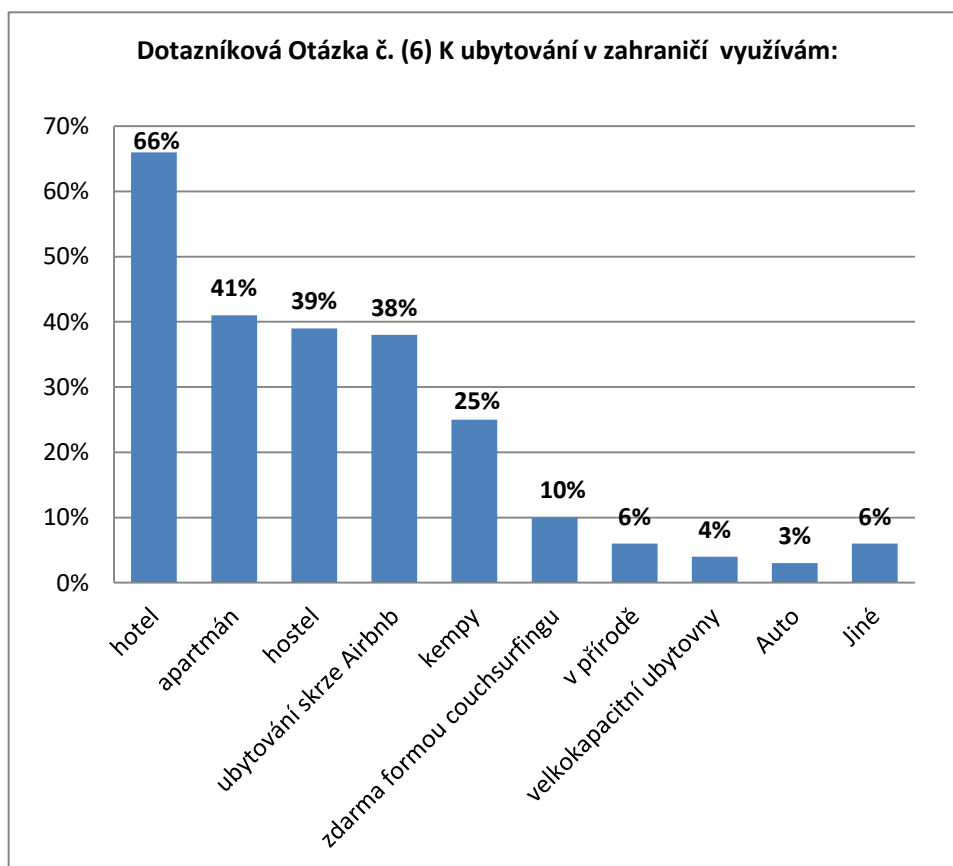
Graf 16 Nízkonákladoví cestovatelé a volba období pro cestování. Zdroj: vlastní zpracování

V otázce výběru sezóny pro cestování byly odpovědi rozděleny téměř stejnoměrně na třetiny. Nejčastěji byla zvolena možnost, kdy nízkonákladoví cestovatelé cestují těsně před nebo těsně po sezóně (36%), dalších 33% cestuje hlavně mimo hlavní sezónu a 31% poté zvolilo možnost, kdy cestují v hlavní sezóně. V rámci cestovního ruchu jde posléze o zajímavé zjištění, protože výsledky dokazují, že nízkonákladoví cestovatelé cestují rovnoměrně v průběhu celého období destinace. Jejich cestování má tedy v rámci cestovního ruchu pozitivní dopad na sezónnost v destinaci. Tento jev je dle Donzelliho (2010) zapříčiněn výhodnou cenou leteckých tarifů, kterou mohou získat mimo hlavní sezónu. To potvrzuje i Chung a Whang (2014), kteří uvádí, že nízkonákladové letecké společnosti mají pozitivní dopad na distribuci turismu během celého roku a redukují sezónnost. Chung a Whang (2014) dodávají, že využívání nízkonákladových společností má pozitivní dopad na distribuci turismu i během týdne, díky levnějším tarifům mimo víkend. Zároveň nemají nízkonákladoví

cestovatelé zájem o masový turismus a vyhledávají jiné alternativy, které lze najít právě mimo hlavní sezónu v destinaci. Autor Donzelli (2010) poté tvrdí, že nízkonákladové letecké společnosti mění celé dopravní vzory, které mají vliv na redukci sezónnosti. Pozitivní dopad na sezónnost tedy částečně plyne z nabídky nízkonákladových leteckých společností.

### 6.1.9 Jaký je preferovaný způsob ubytování u nízkonákladových cestovatelů?

V rámci významu nízkonákladového cestování byl dále zjišťován preferovaný způsob ubytování mezi nízkonákladovými cestovateli a výsledky jsou zaznamenány na grafu 17. V této otázce bylo možné zvolit více odpovědí.

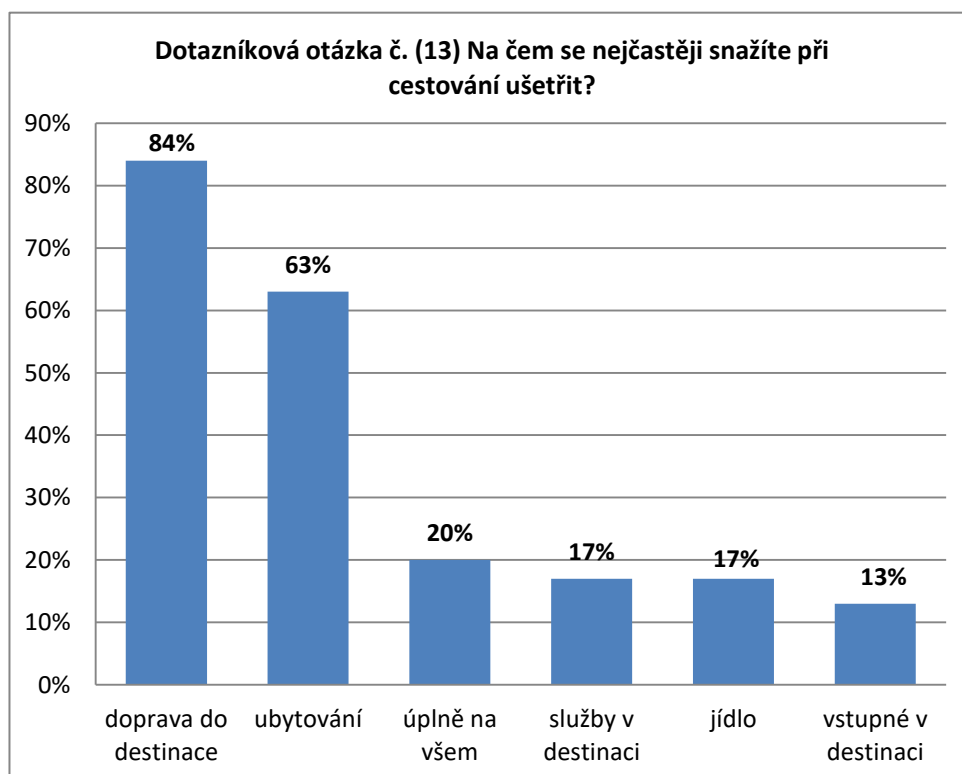


Graf 17 Preferovaný způsob ubytování mezi nízkonákladovými cestovateli. Zdroj: vlastní zpracování

Dotazníková otázka týkající se ubytování nízkonákladových cestovatelů přinesla poměrně neočekávané výsledky. Jako nejoblíbenější typ ubytování byl zvolen hotel, který zvolilo 66% respondentů. Ačkoli není tento typ ubytování považován za nejlevnější, tak mezi nízkonákladovými cestovateli se těší velké oblibě. Nicméně, je důležité vzít v potaz, že všechny nízkonákladové možnosti, jako je apartmán (41%), hostel (39%), ubytování prostřednictvím služby airbnb (38%) a kempy (25%), byly rozděleny na jednotlivé možnosti a nemůže dominovat jednotlivá kategorie jako v případě hotelu. Dále je třeba vzít v potaz, že nabídka webové stránky airbnb.com nabízí řadu apartmánů i hostelů a odpovědi respondentů tu tedy mohou být duplicitně. Překvapením je i poměrně nízký zájem o nabídku ubytování zdarma formou couchsurfingu (10%), ubytování v přírodě (6%) a velkokapacitní ubytovny (4%), které patří mezi vůbec ty nejlevnější. V této otázce je tedy vidět, že ani nízkonákladoví cestovatelé vždy nevybírají pouze nejlevnější formu ubytování, ale zajímají se i o kvalitu služeb. V celkovém měřítku však dávají tito cestovatelé přednost nízkonákladovým možnostem ubytování, které často nebývají pro destinaci tak náročné jako jsou hotelové komplexy. Lze tedy tvrdit, že jejich výběr ubytování směřuje k měkčí formě turismu, než bývá u tradičních turistů. V tomto případě však vždy záleží na konkrétní destinaci.

### 6.1.10 Kde šetří nízkonákladoví cestovatelé?

Pro zpřesnění oblastí, na kterých šetří nízkonákladoví cestovatelé, byla položena otázka zobrazená na grafu 18. V případě této otázky mohli respondenti zvolit více možností.

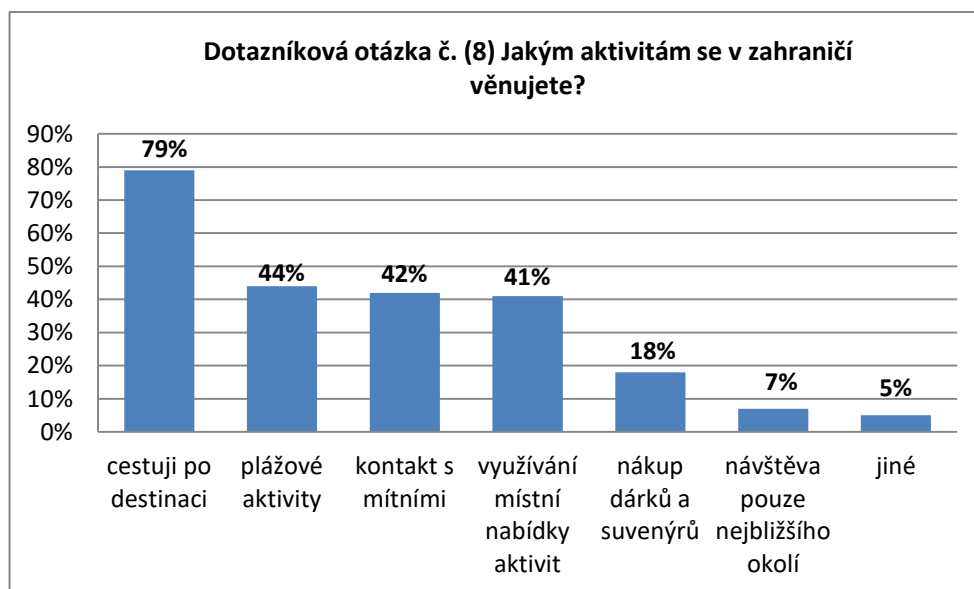


Graf 18 Oblasti, na kterých šetří nízkonákladoví cestovatelé. Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce byla zastoupena odpověď, kdy nízkonákladoví cestovatelé šetří na dopravě do destinace (84%). Další velkou oblastí, na které se snaží ušetřit je ubytování (63%). Lze však pozorovat, že prioritu má především doprava do destinace a šetření na ubytování není výsadou všech cestovatelů (viz kap. 6.1.9). Pouze 20% respondentů šetří úplně na všem, 17% šetří na službách v destinaci a 17% šetří na stravování. Pouhých 13% se snaží ušetřit na vstupech v destinaci. Tato otázka odhalila, že doprava a ubytování jsou dva primární okruhy, na kterých tito cestovatelé šetří. Nízkonákladoví cestovatelé se však už tolik nesnaží šetřit na dalších službách, které jsou součástí destinace. Je tedy pravděpodobné, že nízkonákladoví cestovatelé jsou ochotni platit za služby na místě a mají zájem o zážitky v destinaci.

### 6.1.11 Jakým způsobem tráví čas v destinaci nízkonákladoví cestovatelé?

Ve vztahu k významu cestovního ruchu byla respondentům položena otázka týkající se trávení jejich volného času v destinaci (viz graf 19). V případě této otázky bylo možné zvolit více odpovědí.



**Graf 19** Aktivity nízkonákladových cestovatelů v destinaci. Zdroj: vlastní zpracování

Na základě výsledků je patrné, že v drtivé většině se cestovatelé snaží cestovat po destinaci a nezůstávat na jednom místě (79%). Tento trend popisuje také Zelenka (2015, s. 77) a uvádí, že se očekává nárůst zájmu o aktivnější dovolené a dobrodružné pobyty navzdory modelu 4S (Sun – Sand – See – Sex). Vinš a Novák (2015, s. 209) poté pozorují zvýšenou touhu po autentických zážitcích a kultuře, co nejdále od klasických turistických pastí. Tento styl si tedy odporuje s masovým turismem, kterému se většina respondentů dle výsledků vyhýbá. Plážovým aktivitám se věnuje pouze 44% dotázaných, cestování k moři tedy není prioritou většiny nízkonákladových cestovatelů. V kontaktu s místními se snaží být 42% a místní nabídku aktivit poté využívá 41% dotázaných. Z těchto výsledků lze usoudit, že ne všichni nízkonákladoví cestovatelé mají zájem o kontakt s místní komunitou. Pouze 18% se následně věnuje aktivitám, jako je shánění dárkových předmětů a jen 7% nízkonákladových cestovatelů se omezuje na návštěvu nejbližšího okolí.

## 7 Shrnutí výsledků

Získané výsledky v průběhu práce pomohly k zodpovězení stanovených cílů. Cílem práce bylo lépe objasnit téma nízkonákladového cestování a zároveň zjistit, jaký význam má tento styl cestování pro samotný cestovní ruch.

Na základě odborné literatury a vlastního výzkumu bylo zjištěno, že nízkonákladové cestování je rostoucím odvětvím individuálního cestovního ruchu a jeho smyslem je snaha o dosažení co nejnižších nákladů především za dopravu a ubytování. Ačkoli je typickou skupinou účastníků mladší generace, je tento způsob cestování z velké části oblíbený i u starší generace. Zastoupení z pohledu pohlaví je poté vyrovnané. Práce dále zjistila, že v případě nízkonákladového cestovního ruchu neexistuje jednotný pojem, který by identifikoval tyto účastníky a existuje vícero přístupů, které jsou založeny na subjektivním vnímání.

Motivace k nízkonákladovému cestovnímu ruchu jsou velmi individuální, avšak pro řadu cestovatelů se do jisté míry stalo snižování ceny za cestování jakousi zálibou. Mnoho nízkonákladových cestovatelů poté pociťuje při tomto cestování vyšší svobodu a pohání je touha po poznání místní kultury. Pouze menšina nízkonákladových cestovatelů cestuje tímto způsobem z důvodu nedostatku financí. Ušetřené peníze obvykle využívají pro další cestování. Pro většinu cestovatelů může být výhodná cena destinace rozhodujícím faktorem v případě, že je destinace alespoň trochu přitahuje.

Práce dokázala důležitost informačních a komunikačních technologií pro komunitu nízkonákladových cestovatelů. Tito cestovatelé často využívají sofistikované webové stránky a nástroje k dosažení co možná nejlepších cenových nabídek. Výběr destinace je pak často závislý na nabídce těchto webových stránek.

Nízkonákladoví cestovatelé využívají k dopravě do destinace v drtivé většině nízkonákladové letecké společnosti. Využívání těchto společností přináší pro cestovní ruch řadu dopadů a vztah mezi nízkonákladovými leteckými společnostmi a nízkonákladovými cestovateli je velmi silný. Nízkonákladoví cestovatelé cestují ve velké míře mimo hlavní sezónu díky nabídce nízkých tarifů v těchto obdobích. To je podpořeno i povahou tohoto cestování, která se snaží vyhnout masovému

turismu, a jejich styl cestování směřuje spíše k měkkému turismu. Nízkonákladové cestování má tudíž pozitivní dopady na sezónnost.

Tento styl cestování podporuje cestovní ruch u mladší generace, která si může toto cestování dovolit z finančních i časových důvodů. Díky nižším nákladům za cestování bylo odhaleno, že nízkonákladoví cestovatelé podnikají více cest během roku, čímž podporují samotný cestovní ruch. Zároveň bylo zjištěno, že u nízkonákladových cestovatelů lze pozorovat trend, kdy více cest znamená kratší pobyt a naopak. Poměrně oblíbené se ukázaly pobyty na 2-3 noci, které i z charakteru nízkonákladových leteckých společností podporují turismus hlavně v městských destinacích. Celkově bylo zjištěno, že nízkonákladoví cestovatelé zvyšují objem i frekvenci cest v cestovním ruchu.

V rámci ubytování preferují tito cestovatelé nízkonákladové možnosti ubytování, ale dosti oblíbené je i ubytování v hotelových zařízeních. Ukázalo se, že v případě nízkonákladového cestování se většina účastníků nesnaží sehnat pouze nejlevnější možnost, ale zajímají se i o kvalitu. Celkově však jejich výběr ubytování opět směřuje spíše k měkčí formě cestovního ruchu. V tomto případě je však nutné brát v potaz i cílovou destinaci.

Nízkonákladoví cestovatelé se snaží ve většině případů šetřit na dopravě do destinace a ubytování. Tito cestovatelé jsou však ochotni utratit peníze za služby a zboží v samotné destinaci, čímž přímo podporují ekonomiku dané destinace.

Průzkum odhalil, že ve většině případů podporují nízkonákladoví cestovatelé svým chováním spíše měkký turismus. Mají omezený zájem o klasické plážové aktivity a mezi jejich hlavní prioritu patří aktivní pohyb po destinaci a poznávání místní kultury. Z výsledků je dále patrné, že nízkonákladoví cestovatelé nemají zájem o dovolené, kde je čas tráven na jednom místě.

## 8 Závěry a doporučení

Práce přinesla řadu očekávaných, ale i neočekávaných výsledků. Většina výsledků se posléze shodovala s odbornou literaturou, ačkoli mnoho zjištění není z důvodu absence literatury možno ověřit s jinými autory.

Práce nebyla zaměřena na určitou destinaci a získané výsledky mají spíše obecnou povahu, protože každá destinace je unikátní. Šetření zároveň nezkoumalo ekologické dopady tohoto turismu, které jsou bezesporu nezanedbatelné, ale byly by nad rámec této práce. Práce dále nezkoumala tento typ cestovního ruchu ve vztahu k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu v konkrétních destinacích. Celkově lze však tvrdit, že tento cestovní ruch má pozitivnější dopady na méně turistické destinace. Jako negativní by mohl působit především v přeplněných destinacích s velkou koncentrací nízkonákladových leteckých společností.

Výsledky této práce by mohly pomoci při tvorbě dalších prací či výzkumů, kterých je na toto téma nedostatek. Jelikož se jedná o rostoucí segment cestovního ruchu, bylo by vhodné věnovat se dalšímu zkoumání. Další studie by se měly věnovat především zkoumání ve vztahu k udržitelnému rozvoji cestovnímu ruchu v konkrétních destinacích. Bylo by vhodné zjistit, jaké pozitivní dopady může toto cestování přinést pro nové a rozvojové destinace. Zároveň by bylo vhodné zpracovat studie na vliv nízkonákladového cestování v silně konkurenčním prostředí nízkonákladových společností v oblíbených destinacích.

Nízkonákladové cestování je silně závislé na nabídce nízkonákladových leteckých společností. Jejich nabídka poté ovlivňuje koncentraci těchto cestovatelů v konkrétní destinaci. V ideálním případě by měla každá destinace spolupracovat s nízkonákladovými leteckými společnostmi pro lepší kontrolu individuálních turistů. Následně by bylo možné cestovní ruch v destinaci podpořit výhodnými nabídkami nebo naopak regulovat na základě potřeb. Tato rozhodnutí by měla vycházet především z výzkumů, které by odhalily, jaké formy cestovního ruchu jsou v dané destinaci žádoucí a jaké naopak nevhodné.



## 9 Seznam použitých zdrojů

- [1] AIRBNB.CZ. *Rekreační pronájmy, domovy, zážitky a místa – Airbnb*. [obrázek]. *Airbnb.cz* [online]. [cit. 2017-08-16]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/>
- [2] ANONYM (IATA). *Airlines to Welcome 3.6 Billion Passengers in 2016* [online]. 2012 [cit. 2017-08-16]. Dostupné z: <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2012-12-06-01.aspx>
- [3] AZAIR.COM. *Budget air tickets from low-cost airlines*. [obrázek]. *Azair.com* [online]. [cit. 2017-08-16]. Dostupné z: <http://www.azair.com/>
- [4] BÁČA, Lukáš. *Cestovní ruch a letecká doprava* [online]. Brno, 2012 [cit. 2017-05-23]. Dostupné z: [https://is.muni.cz/th/269331/prif\\_b/](https://is.muni.cz/th/269331/prif_b/). Bakalářská práce. MASARYKOVA UNIVERZITA. Vedoucí práce Mgr. DANIEL SEIDENGLANZ Ph.D.
- [5] BÍNA, Ladislav. *Provozování letecké dopravy a logistika*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2014. ISBN 9788074028557.
- [6] BLANCO, Javier. *UNWTO: The power of youth travel* [online]. 2011 [cit. 2017-08-16]. Dostupné z: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/the\\_power\\_of\\_youth\\_travel.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/the_power_of_youth_travel.pdf)
- [7] CESTUJLEVNE.CZ. *Akční letenky* [obrázek]. *Cestujlevne.cz* [online]. [cit. 2017-08-11]. Dostupné z: [https://www.cestujlevne.com/?utm\\_source=redirect&utm\\_medium=cz&utm\\_campaign=cestujlevne](https://www.cestujlevne.com/?utm_source=redirect&utm_medium=cz&utm_campaign=cestujlevne)
- [8] DIACONU, Laura. The Evolution of the European Low-cost Airlines' Business Models. Ryanair Case Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* [online]. 2012, 62, 342-346 [cit. 2017-05-23]. DOI: 10.1016/j.sbspro.2012.09.054. ISSN 18770428. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812034957>
- [9] DOBRUSZKES, Frédéric. An analysis of European low-cost airlines and their networks. *Journal of Transport Geography* [online]. 2006, 14(4), 249-264 [cit. 2017-05-23]. DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2005.08.005. ISSN 09666923. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0966692305000566>
- [10] DONZELLI, Matteo. The effect of low-cost air transportation on the local economy: Evidence from Southern Italy. *Journal of Air Transport Management* [online]. 2010, 16(3), 121-126 [cit. 2017-05-23]. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2009.07.005. ISSN 09696997. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969699709000507>
- [11] FEEDLY.COM. *Feedly. Read more, know more*. [obrázek]. *Feedly.com* [online]. [cit. 2017-08-16]. Dostupné z: <https://feedly.com/>
- [12] HUANG, Feng Yi. *International Backpackers in Taiwan: Behaviour, Motivation and Culture diversity* [online]. Manchester Metropolitan University, 2015 [cit. 2017-05-23]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/242366087\\_International\\_Backpackers\\_in\\_Taiwan\\_Behaviour\\_Motivation\\_and\\_Culture\\_diversity](https://www.researchgate.net/publication/242366087_International_Backpackers_in_Taiwan_Behaviour_Motivation_and_Culture_diversity)

- [13] CHUNG, Jin Young a Taehee WHANG. The impact of low cost carriers on Korean Island tourism. *Journal of Transport Geography* [online]. 2011, 19(6), 1335-1340 [cit. 2017-08-14]. DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2011.07.004. ISSN 09666923. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0966692311001116>
- [14] JINDRA, Jaroslav. *Backpacker: cestovatelské triky a příběhy*. Praha: Kartografie, 2007. ISBN 8070119306.
- [15] KERNOVÁ, Věra. *MOTIVACE ČESKÉHO BACKPACKERA PRO CESTOVÁNÍ PO INDII V KONTEXTU MOTIVŮ IZRAELSKÝCH BACKPACKERŮ* [online]. Brno, 2009 [cit. 2017-05-23]. Dostupné z: [https://is.muni.cz/th/73474/pedf\\_m/](https://is.muni.cz/th/73474/pedf_m/). Diplomová práce. MASARYKOVA UNIVERZITA. Vedoucí práce Mgr. Dušan Klapko.
- [16] PRUŠA, Jiří. *Svět letecké dopravy*. Praha: Galileo CEE Service ČR, 2007. ISBN 978-80-239-9206-9.
- [17] SØRENSEN, Anders. Backpacker ethnography. *Annals of Tourism Research* [online]. 2003, 30(4), 847-867 [cit. 2017-05-23]. DOI: 10.1016/S0160-7383(03)00063-X. ISSN 01607383. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S016073830300063X>
- [18] SPREITZHOFFER, Günter. Backpacker Tourism: Concepts and Profiles. *Annals of Tourism Research* [online]. 2008, 35(3), 835-836 [cit. 2017-05-24]. DOI: 10.1016/j.annals.2008.02.007. ISSN 01607383. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738308000297>
- [19] VINŠ, Matouš a Petr NOVÁK. *Travel bible: praktické rady za milion, jak procestovat svět za pusu*. Praha: Blue Vision, 2015. ISBN 978-80-87672-53-2.
- [20] WEISSKOPF, Nora. a Charles E. SCHLUMBERGER. *Ready for takeoff?: the potential for low-cost carriers in developing countries* [online]. 2014. Paris: Centre national des Lettres, 1923 [cit. 2017-08-13]. ISBN 978-146-4802-829.
- [21] ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch - marketing*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-543-1.
- [22] ZELENKA, Josef a Jiří KYSELA. *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*. Vyd. 4., přeprac. a dopl. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. ISBN 978-80-7435-242-3.
- [23] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

## 10 Přílohy

### 1. **Jak často průměrně cestujete do zahraničí?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- méně než 1x ročně
- 1x ročně
- 2x – 3x ročně
- více než 3x ročně
- v zahraničí žiji

### 2. **Jak dlouho obvykle trvá váš pobyt?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- 2–3 noci
- 1 týden
- 2–3 týdny
- je to různé
- měsíc a více

### 3. **Při cestování do zahraničí se nejčastěji dopravuji:**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).*

- letadlem
- vlastním automobilem
- autobusem
- vlakem
- stopem
- jinak

### 4. **Při výběru dopravy do destinace se především zaměřuji:**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- na nejnižší možnou cenu
- na kvalitu nabízených služeb přepravy
- nic neřeším, vše zajišťuje cestovní kancelář
- je mi to jedno, vezmu první možnost, co vidím
- nevím

### 5. **Do zahraničí cestuji:**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- v hlavní sezóně
- mimo hlavní sezónu
- těsně před nebo po sezóně

**6. K ubytování v zahraničí využívám:**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí nebo dopsat nějakou vlastní (min. 1).*

- hotel
- apartmán
- hostel
- nabídku místních – formou Airbnb
- kempy
- ubytování zdarma – formou couchsurfingu
- příroda
- velkokapacitní ubytovny
- příbuzní, kamarádi
- vlastní možnost:

**7. Jakým způsobem si zjišťujete informace o destinaci, do které se chystáte?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).*

- internet
- tištění průvodci
- zjišťuji až v destinaci od místních
- využívám průvodcovské služby v destinaci
- jinak

**8. Jakým aktivitám se v zahraničí věnujete?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí nebo dopsat nějakou vlastní (min. 1).*

- nezůstávám dlouho na jednom místě a cestuji
- plážové aktivity
- využívám místní nabídku aktivit
- snažím se být v kontaktu s místními
- nakupuji dárky a suvenýry
- navštěvuji pouze nejbližší okolí
- vlastní možnost:

**9. Jakým způsobem nejčastěji cestujete do zahraničí?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- individuálně, na vlastní pěst
- individuálně i organizovaně
- skrze cestovní kancelář/agenturu
- jezdím pouze na pracovní cesty
- jiným způsobem

**10. Říká Vám něco pojem nízkonákladové cestování?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [Ano, sám/sama tak někdy cestuji → otázka č. 11, Ano, cestuji jenom tímto způsobem → otázka č. 11, Ano, ale tomuto cestování se nevěnuji → otázka č. 16, Ne, nevím, o co se jedná → otázka č. 16].*

- ano, sám/sama tak někdy cestuji
- ano, ale tomuto cestování se nevěnuji
- ano, cestuji jenom tímto způsobem
- ne, nevím, o co se jedná

**11. Jakým termínem byste identifikovali účastníka nízkonákladového cestování?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.*

- nízkonákladový cestovatel
- batůžkář
- nezávislý cestovatel
- backpacker
- cestovatel
- turista
- nevím
- vlastní možnost:

**12. Z jakého důvodu využíváte nízkonákladové cestování?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí nebo dopsat nějakou vlastní (min. 1).*

- mám dobrý pocit z ušetřených peněz
- беру to jako výzvu
- snižování ceny cestování se pro mě stalo koníčkem
- dodává mi to pocit svobody
- touha po poznání místní kultury
- nedostatek financí
- vlastní možnost:

**13. Na čem se nejčastěji snažíte při cestování ušetřit?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).*

- doprava do destinace
- ubytování
- úplně na všem
- služby v destinaci
- jídlo
- vstupné v destinaci

**14. Využíváte cestovatelské weby/skupiny s levnou nabídkou dopravy a ubytování k plánování vašich cest?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- ano
- občas
- ne

**15. Může být pro Vás výhodná cena dopravy a ubytování hlavní motivací při výběru destinace?**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- ano, ale vždy mě musí destinace lákat
- ano, na destinaci nezáleží
- ne

**16. Věk:**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

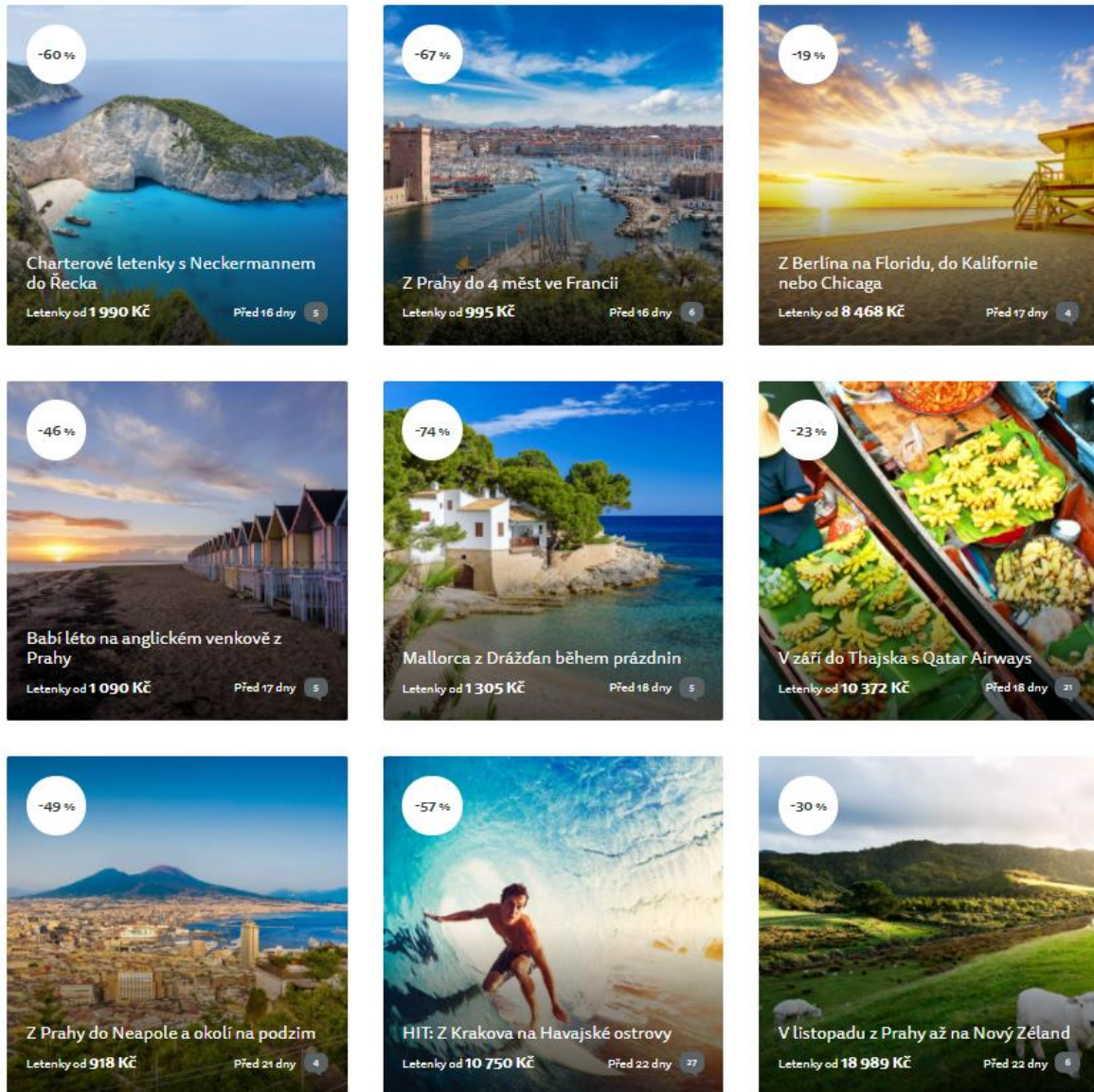
- 0–20
- 21–30
- 31–40
- 41 a více

**17. Pohlaví:**

*Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.*

- žena
- muž

Ukázka nabídky akčních cen letecké dopravy na webových stránkách [www.cestujlevne.cz](http://www.cestujlevne.cz).



Obrázek 5 Nabídka akčních cen letecké dopravy. Zdroj: Cestujlevne.cz (2017)

Výsledky hledání ve vyhledávači azair.com, který vyhledal nejvýhodnější nabídku od různých leteckých společností.

FROM Prague [PRG] (+DRS) SOONEST DEPART 22.9.2017 MIN DAYS 3 MAX DAYS TO WAIT 0 Return  
 TO Italy [BRI] (+BDS,N) LATEST RETURN 30.9.2017 MAX DAYS 9 MAX CHANGES 0 One-Way

NEW SEARCH | **SEARCH** SORT: LENGTH OF STAY DATE PRICE TIME OF DEPART NUMBER OF CHANGES Share Tweet

Flight Details	Price	Total Price
<b>THERE</b> Fri 22/09/17 19:30 Wroclaw WRO → 21:10 Milan BGY 1:40 h / no change Fr 19:30 Wroclaw WRO 21:10 Milan BGY FR8845 Ryanair LIVE! HOTELS: IN THE CITY HOTELS: NEAR THE AIRPORT BOOK JOURNEY WITH TRIPSTA (a ticketing fee will be added by part of which you directly support Azair)	€35.04	Total: €35.04
<b>THERE</b> Tue 26/09/17 12:10 Wroclaw WRO → 14:15 Rome CIA 2:05 h / no change Tu 12:10 Wroclaw WRO 14:15 Rome CIA FR9639 Ryanair LIVE! HOTELS: IN THE CITY HOTELS: NEAR THE AIRPORT BOOK JOURNEY WITH TRIPSTA (a ticketing fee will be added by part of which you directly support Azair)	€35.04	Total: €35.04
<b>THERE</b> Fri 22/09/17 21:50 Prague PRG → 23:20 Milan MXP 1:30 h / no change Fr 21:50 Prague PRG 23:20 Milan MXP U22586 easyJet LIVE! HOTELS: IN THE CITY HOTELS: NEAR THE AIRPORT BOOK JOURNEY WITH TRIPSTA (a ticketing fee will be added by part of which you directly support Azair)	€19.22	Total: €19.22 + €16.56 fees
<b>THERE</b> Sat 23/09/17 16:05 Prague PRG → 17:30 Milan BGY 1:25 h / no change Sa 16:05 Prague PRG 17:30 Milan BGY W62681 wizz Wizz Air LIVE! HOTELS: IN THE CITY HOTELS: NEAR THE AIRPORT BOOK JOURNEY WITH TRIPSTA (a ticketing fee will be added by part of which you directly support Azair)	€28.08	Total: €28.08

Obrázek 6 Výsledky vyhledávače nejlevnějších tarifů. Zdroj: Azair.com (2017)



## Příklad vzhledu RSS čtečky, která sdružuje příspěvky mnoha webů s nabídkou akčních cen leteckých tarifů.

LATEST

🔖	Pelikan.cz		Amsterdam - Panama City, Panama 9590 CZK
🔖	Pelikan.cz		Amsterdam - San Salvador 9690 CZK
🔖	happyfly.cz		Akční letenky se Saudi Airlines z Ženevy do Nairobi 5.267 Kč Stále dostupná akční nabídka letecké společnosti Saudi Airlines z
🔖	happyfly.cz		Letiště Pisa (PSA) Letiště Pisa, anglicky Pisa International Airport a občas také nazývané Galileo Galilei Airport, je letiště vzdálené
🔖	Letenky – Levn...	14	Kréta na 8 dní z Prahy či Ostravy s ALL INCLUSIVE za 9990Kč! (přes CK) Za naprosto úžasnou cenu se právě objevil All Includ
🔖	JAKnaLetenky.cz		Letenky do NIZOZEMSKA z BRNA za 598 Kč! Se skvěle naceněnými lety do Eindhovenu vyrukovala společnost Wizzair. ... © JAK
🔖	AKČNÍ LETENK...		Air Canada: Kanada - Toronto - 8 708 Kč
🔖	Letenky – Levn...	32	Egypt z Prahy na 15 dní s ALL INCLUSIVE za 10790Kč (přes CK) Pokud vám nevdá velmi vysoké teploty kolem 37 stupňů a ne
🔖	JAKnaLetenky.cz	1	USA: NEW YORK, MIAMI, LOS ANGELES a CHICAGO z PRAHY od 9 916 Kč Společnost Air Berlin vyrukovala se zajímavě nace
🔖	AKČNÍ LETENK...		Delta Airlines: Karibik - Roatan - 12 703 Kč
🔖	Letenky – Levn...	32	Santorini z Vídne za 2580Kč (letenky tam a zpět, vč. odbaveného zavazadla) Letenky na Santorini ještě více zlevnily a nyní jsou c
🔖	happyfly.cz	12	Akční nabídka letenek od Croatia Airlines z Prahy/Vídne do Chorvatska(Záhřeb, Split, Dubrovnik a další) od 2.275 Kč Chorv
🔖	Pelikan.cz	1K	Praha - Colombo 13790 CZK
🔖	Zaletsi.cz	100+	Neapol z Prahy za 918 Kč Láká Vás Itálie, ale rádi byste skloubili návštěvu historických i přírodních památek s kupačkou v moři?
🔖	happyfly.cz	3	S Eurowings z Vídne do Pisy 1.303 Kč Ve výprodeji Eurowings naleznete také zlevněné letenky z Prahy do Pisy za 1.303 Kč. K t
🔖	Cestujlevne.com		Faerské ostrovy přes Kodaň z Prahy. Letenky od 5 212 Kč Akční letenky na Faerské ostrovy, které leží uprostřed cesty mezi Bri
🔖	Honzovy letenk...	100+	Rusko: MOSKVA - 1 590 Kč Levné letenky do Moskvy pořídíme v aktuální nabídce Pobeda z Bratislavy.
🔖	Letenky – Levn...	19	Pro nejrychlejší – Kos z Brna či Ostravy na 8 dní za 5750Kč (letenky + ubytování) Výhodných letenek od Čedoku z Brna či Os
🔖	AKČNÍ LETENK...		Ryanair: Španělsko - Malaga - 1 550 Kč
🔖	JAKnaLetenky.cz		SAN FRANCISCO z BERLÍNA za 8 838 Kč Využijte další várku skvěle naceněných letů do San Francisca. ... © JAKnaLetenky.cz .

**Obrázek 7** Vzhled RSS čtečky sdružující nabídku akčních tarifů. Zdroj: Feedly.com (2017)

## Ukázka nabídky ubytování na portálu airbnb.com.

The screenshot shows the Airbnb search results for Sri Lanka. The search criteria are: Šrí Lanka, 10. zář - 17. zář, and 3 hosté. The results are filtered by 'Typ pokoje', 'Až do výše \$308', 'Okamžitá rezervace', and 'Další filtry'. Six listings are displayed in a grid:

- Kč206 Ameena Grand Homestay**: Soukromý pokoj · 2 lůžka, 7★
- Kč242 WHITE HOUSE**: Soukromý pokoj · 10 lůžek, 74★
- Kč309 Royal Silk Villa**: Soukromý pokoj · 1 lůžko, 5★
- Kč182 Lake & lake home-stay**: Soukromý pokoj · 10 lůžek, NOVÉ
- Kč298 Peaceful Holiday apartment in Hikkaduwa**: Soukromý pokoj · 3 lůžka
- Kč229 Daffon Villa Guest House**: Soukromý pokoj · 5 lůžek

Obrázek 8 Nabídka ubytování na portálu airbnb. Zdroj: Airbnb.cz (2017)

Univerzita Hradec Králové  
 Fakulta informatiky a managementu  
 Akademický rok: 2016/2017

Studijní program: Ekonomika a management  
 Forma: Kombinovaná  
 Obor/komb.: Management cestovního ruchu - anglický jazyk  
 (mcr-k-a)

**Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta**

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Samek Martin	Lično 140, Lično	I1500969

**TÉMA ČESKY:**

Nízkonákladové cestování a jeho význam v cestovním ruchu

**TÉMA ANGLICKY:**

Low cost travelling and its significance in tourism

**VEDOUcí PRÁCE:**

Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D. - KRCCR

**ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:**

Cíl práce:

Objasnit pojem nízkonákladové cestování a identifikovat účastníka tohoto cestovního ruchu. Zjistit význam nízkonákladového cestování v rámci cestovního ruchu.

Osnova:

- 1 Úvod
- 2 Cíl práce
- 2.1 Výzkumné otázky
- 3 Metodika zpracování
  - 3.1 Popis a organizace práce
  - 3.2 Dílčí kroky
  - 3.3 Popis výzkumného souboru
- 4 Literární rešerše
- 5 Teoretická východiška
  - 5.1 Nízkonákladový cestovní ruch
  - 5.2 Nízkonákladoví cestovatelé a informační technologie
  - 5.3 Nízkonákladová letecká doprava v cestovním ruchu
  - 5.4 Úbytování v nízkonákladovém cestovním ruchu
- 6 Výsledky a diskuze
- 7 Shrnutí výsledků a diskuze
- 8 Závěry a doporučení
- 9 Seznam použitých zdrojů
- 10 Přílohy

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

- JINDRA, Jaroslav. Backpacker: cestovatelské triky a příběhy. 1. vyd. Praha: Kartografie, 2007. ISBN 978-80-7011-930-3.
- PRUŠA, Jiří. Chytré létání. Vyd. 1. Ilustroval Vladimír JIRÁNEK. Praha: Galileo CEE Service ČR, 2010. ISBN 978-80-254-7065-7.
- VINŠ, Matouš a Petr NOVÁK. Travel bible: praktické rady za milion, jak procestovat svět za pusu. Vydání první. Praha: Blue Vision, 2015. ISBN 978-80-87672-53-2.
- ZELENKA, Josef a Jiří KYSELA. Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu. Vyd. 4., přeprac. a dopl. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. ISBN 978-80-7435-242-3.
- ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.
- ZELENKA, Josef. Cestovní ruch - marketing. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-543-1.
- ŽIHLA, Zdeněk. Provozování podniků letecké dopravy a letišť. Vyd. 1. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. ISBN 978-80-7204-677-5.