

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

Mobilní aplikace v cestovním ruchu
(Význam a využití mobilních aplikací při individuálním cestování)
Bakalářská práce

Autor: Tracy Azubuike
Studijní obor: Mcr-n

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


Hradec Králové

duben 2021

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 24.4.2021



Tracy Azubiike

Poděkování:

Děkuji vedoucí bakalářské práce Mgr. Dagmar Hrušové, Ph.D. za metodické vedení práce a čas věnovaný mým nesčitelným otázkám. Dále děkuji prof. RNDr. Josefovi Zelenkovi, CSc. za pomoc při směřování mé práce a poskytnuté cenné rady. A také děkuji mé rodině, která mi byla oporou při celé době studia.

Anotace

Záměrem této práce je zjistit, jaký je význam a využití mobilních aplikací při individuálním cestování. Dále se tato bakalářská práce snaží objasnit, proč někteří cestovatelé cestují individuálně, co jim tento druh cestování přináší a jak jim při cestě mohou pomoci mobilní aplikace a chytré technologie. Dílčím cílem je zjistit, jaké aplikace jsou nejvíce využívány a ve které fázi cesty je cestovatelé nejvíce využijí. Výsledky vychází z rešerše odborných článků, vlastních zkušeností autorky a kvalitativní metody výzkumu konkrétně ze strukturovaného rozhovoru a terénního výzkumu. Z výsledků vyplývá, že cestovatelé využívají mobilní cestovní aplikace, aby si usnadnili cestování a mezi nejčastěji používané kategorie aplikací patří mapy, aplikace pro rezervaci ubytování, aplikace pro hledání a rezervaci letenek a aplikace umožňující překlad jazyka.

Klíčová slova: mobilní aplikace, individuální cestování, chytrý cestovní ruch

Annotation

**Title: Mobile applications in tourism
(Importance and use of mobile applications in independent travel)**

The aim of this work is to find out what is the importance and use of mobile applications in independent travel. Furthermore, this bachelor's thesis tries to clarify why some travelers travel independently, what this type of travel brings them and how mobile applications and smart technologies can help them along the way. The partial goal is to find out which applications are used the most and in which phase of the trip travelers use them. The results are based on a search of professional articles, the author's own experience and qualitative research methods,

based on a structured interview and field research. The results show that travelers use mobile travel applications to make their travel easier, and the most used categories of travel apps include maps, accommodation booking apps, flight search and booking applications, and language translation apps.

Key words: mobile application, independent travel, smart tourism

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl práce	2
2.1	<i>Výzkumné otázky</i>	2
3	Metodika zpracování	3
3.1	<i>Charakteristika a výběr respondentů / výzkumný soubor</i>	4
3.2	<i>Sběr informací a průběh výzkumu</i>	5
4	Teoretická část	5
4.1	<i>Individuální cestování</i>	6
4.1.1	Výhody a nevýhody individuálního cestování	7
4.1.2	Obecná charakteristika individuálního cestovatele	9
4.2	<i>Cestovní mobilní aplikace</i>	10
4.2.1	Kategorizace cestovních mobilních aplikací	11
4.2.2	Chytré technologie a cestovní ruch	20
5	Výsledky	21
6	Shrnutí výsledků a diskuse	29
7	Závěry a doporučení	35
8	Seznam použité literatury	36

1 Úvod

Chytré technologie jsou v dnešní době rozšířené do všech oblastí života a mají za cíl pomáhat a zkvalitňovat život. Cestovní ruch, který patří mezi rychle vyvíjející se odvětví, je chytrými technologiemi značně formován. Mění se způsob, jakým lidé cestují i jejich prožívání destinace. Díky přístupu na internet a chytrému telefonu mohou být cestovatelé více nezávislí. Už nemusí spoléhat na cestovní kanceláře, které jim zprostředkují zájezd, ale mohou si sami obstarat důležité informace, zakoupit letenky přes internet, zarezervovat ubytování dle svých představ a upravit si cestu podle okolností. Cestovatelé se už například nemusí bát jazykových bariér, protože existují aplikace, které jim přeloží mluvené slovo i nápisy na ulici.

Tato bakalářská práce bude zaměřena na individuální cestování a na mobilní cestovní aplikace, které mohou cestovatelům usnadnit cestu.

Autorka cestuje individuálně a používá mobilní aplikace a chytré technologie při svých cestách. Cestování individuálně jí připadalo naprosto nepředstavitelné, dokud nepodnikla svou první cestu do Thajska, kde zjistila, že cestování na vlastní pěst není vůbec složité. V rámci výzkumu ji proto zajímá, jaké aplikace využívají při cestování jiní cestovatelé a z jakého důvodu se rozhodli cestovat individuálně. Tato práce může sloužit cestovatelům, kteří přemýšlejí o individuálním cestování. Naleznou zde například výhody i nevýhody cestování individuálně nebo informace o aplikacích, které se jim mohou na cestě hodit. Tato práce také může sloužit cestovatelům, kteří už tímto způsobem cestují a kteří zde mohou nalézt zajímavé tipy na aplikace, které jim cestu ještě zjednoduší.

2 Cíl práce

Cílem práce je zjistit, jaký význam a využití mají mobilní cestovní aplikace pro cestovatele při individuálním cestování.

Na základě cíle byly formulovány výzkumné otázky, které jsou uvedeny níže (2.1)

Dílním výzkumným cílem je zjistit, jaké kategorie cestovních aplikací se nejvíce využívají a zhodnotit jejich využití vzhledem k vybraným fázím cesty.

2.1 Výzkumné otázky

V1: Co vidí cestovatelé jako přínos individuálního cestování.

- *Touto otázkou mají být zodpovězeny hlavní důvody cestovatelů pro individuální cestování.*

V2: Jaké aplikace cestovatelé při svých cestách využívají.

- *Cílem této otázky je zjistit, které aplikace pomáhají cestovatelům při cestování a do jaké kategorie tyto aplikace patří.*

V3: Jaký význam a využití mají cestovní aplikace pro cestovatele.

- *Tato otázka zjišťuje, co přináší používání aplikací při cestování.*

V4: Jaká negativa obnáší používání cestovních aplikací při cestování.

- *Cílem otázky je zjistit, zda existují nějaká negativa při používání cestovních mobilních aplikací při cestování.*

V5: Jak důležité jsou cestovní aplikace v porovnání s tištěným průvodcem.

- *Tato otázka je zde proto, aby ověřila, zda i v dnešní době lidé stále cestují s tištěnými průvodci. Je důležitější pro cestování tištěný průvodce, či mobilní aplikace? Pro porovnání důležitosti je použita škála od nuly do deseti.*

V6: Dokážou si cestovatelé představit svou cestu bez chytrého mobilu?

- *Je v dnešní době představitelné cestovat bez chytrých telefonů? Tato otázka neznamena cestování bez mobilního telefonu, pouze bez chytrého telefonu s připojením na internet a cestovních aplikací.*

V7: Bez které aplikace by si cestovatel nemohl představit svou cestu?

- *Pokud by cestovatel měl možnost si nainstalovat před cestou pouze jednu aplikaci, kterou by zvolil a proč? A pokud by mohl dvě, které dvě aplikace jsou pro něj nejdůležitější?*

3 Metodika zpracování

Teoretická část bakalářské práce je zaměřena na objasnění pojmu individuální cestování, výhody a nevýhody tohoto cestování a na obecnou charakteristiku individuálního cestovatele. Dále potom na mobilní aplikace, kategorizaci těchto aplikací do deseti kategorií a současné trendy. Informace pochází ze studia odborné literatury a relevantních webových stránek zabývajících se individuálním cestováním a část poznatků vychází z vlastních zkušeností autorky, která cestuje individuálně a využívá přitom mobilních aplikací.

Při hledání odborných článků byly použity vědecké databáze Google Scholar, Science Direct, Springer Link a Web of knowledge. Pro vyhledávání byla použita klíčová slova jako například independent tourism, independent traveler, smart tourism, travel application, e-travel.

Praktická část práce je zpracována kvalitativní metodou výzkumu na základě řízených strukturovaných rozhovorů s cestovateli, kteří cestují individuálně a při svých cestách používají mobilní aplikace. Rozhovory byly dále vyhodnoceny indukční metodou a výsledky porovnány s již existující literaturou. V praktické části je příklad praktického využití mobilních cestovních aplikací na základě zkušeností autorky při cestě na Srí Lanku, kterou podnikla na přelomu července a srpna 2019.

Pro analýzu využití aplikací v různých fázích cesty byly vybrány 3 fáze: plánování, booking a vlastní cesta.

Plánování se rozumí fáze, ve které cestovatel shání informace o dané zemi a porovnává ceny např. letenek, ubytování a pojištění. Zjišťuje, které doklady a očkování potřebuje a plánuje aktivity a místa, která by chtěl navštívit.

Pojem **booking** pokrývá aktivity, které vedou k rezervaci či koupi. V této fázi cestovatel již ví, kam pojedete, co potřebuje a co navštíví. Rezervuje a kupuje letenky, zajišťuje si pronájem automobilu, sjednává pojištění, rezervuje či pronajímá ubytování a různé transfery. Anglické slovo booking bylo zvoleno, protože nejlépe popisuje tuto fázi a je všeobecně vžitě.

Vlastní cesta je potom fáze, která začíná momentem, kdy cestovatel opustí domov a vydá se na cestu, a končí po příjezdu zpátky domů.

Na cestě je potřeba například orientace na místě, překládání jazyka, uchovávání dokladů, průvodce, počasí a transport.

3.1 Charakteristika a výběr respondentů / výzkumný soubor

Respondenti byli hledáni pomocí skupin na sociální síti Facebook zaměřených na individuální cestování. Cílem bylo kontaktovat cestovatele na nejpočetnější skupině, která má 248 tisíc členů (leden 2021), ale příspěvek nebyl administrátory této skupiny zveřejněn. Proto byl tento příspěvek poslán do dvou menších skupin dohromady majících 106 tisíc členů (leden 2021). V obou těchto skupinách byl příspěvek zveřejněn a celkově autorku kontaktovalo 32 cestovatelů. **Z nich bylo vybráno 5 respondentů**, 3 ženy a 2 muži ve věku od 25 do 58 let.

Při výběru vhodných respondentů byla zohledňována tato kritéria: individuální cestovatel používající při cestách mobilní aplikace, který cestuje primárně do zahraničí, protože při cestování bez překročení hranic se používají jiné kategorie aplikací a výsledky by nebyly vypovídající.

3.2 Sběr informací a průběh výzkumu

Pro primární výzkum byl zvolen strukturovaný rozhovor. Rozhovory probíhaly v lednu 2021 pomocí videohovorů kvůli světové pandemii COVID 19. Videohovory se uskutečňovaly přes platformu Google Meet až na jeden případ, kdy byl použit Facetime. V průměru vycházel jeden rozhovor na 25 minut a všichni respondenti souhlasili s audio nahráváním. Na začátku rozhovoru se autorka představila a sdělila respondentům cíl bakalářské práce a požádala o svolení nahrávat zvuk rozhovoru. Následně byly položeny obecné otázky týkající se věku, četnosti cestování, oblíbených destinací a preferovaných cestovatelských cílů a otázka proč cestují individuálně.

Následovaly otázky hlavní týkající se aplikací. Tyto otázky byly pokládány tak, aby **korespondovaly s výzkumnými otázkami** a oblasti o kterých se hovořilo byly:

- používané mobilní aplikace,
- případná negativa používání chytrého telefonu při cestování,
- shánění cestovních informací,
- tištěné průvodce,
- cesta bez chytrého telefonu.

Po skončení videohovoru byly všechny rozhovory přepsány do textové podoby a následně analyzovány.

Pro příklad praktického využití aplikací byla data sbírána na základě osobní zkušenosti autorky na přelomu července a srpna 2019 při cestě na Srí Lanku, kterou autorka celou podnikla jako individuální cestovatel za pomoci chytrých technologií.

4 Teoretická část

Před více než dvěma desetiletími bylo podle Jet (2017) k vycestování potřeba cestovní kanceláře, která se postarala o letenky, dodala potřebné brožurky, mapy a

poradila, kde se dobře najíst. Dále tvrdí, že po příchodu internetu už nebyl problém si zarezervovat letenku a sehnat si potřebné informace online. V dnešní době je díky internetu a chytrým technologiím mnohem jednodušší vycestovat a obzvláště individuálním cestovatelům usnadňují cestování.

4.1 Individuální cestování

Individuální cestování se dá vymezit jako cestování bez cestovní kanceláře. Cestování, kvůli kterému si člověk sám najde letenky, jízdenky, ubytování, zařídí si pojištění a obstará veškeré informace, které k cestě potřebuje. Pro cestovní ruch jsou individuální cestovatelé podle Hyde a Lawson (2003) všichni turisté, kteří necestují s cestovní kanceláří.

Morrison, Hsieh, a O'Leary (1993, cit. in Hyde, Lawson 2003) definují individuální cestovatele jako ty, kteří si sami zařizují dopravu a ubytování a rozhodli se nekupovat cestovní balíčky od cestovních kanceláří. Hyde a Lawson (2003) ale s touto definicí nesouhlasí a tvrdí, že definice nezávislého (individuálního) turisty by měla být založena na chování turisty než na volbě distribuční cesty, skrz kterou byla jeho dovolená zakoupena. V této definici je podle nich (Hyde a Lawson 2003) důležité, zda byly jednotlivé prvky dovolené před cestou rezervovány a pojem individuální cestovatel by se měl vztahovat na cestující, kteří mají flexibilitu v itineráři a určitou míru svobody v tom, kam se rozhodnou cestovat v cílovém regionu. Dále tvrdí (Hyde a Lawson 2003), že cestující s balíčkem od cestovní kanceláře budou mít pravděpodobně omezený výběr ve městech a oblastech, které navštíví, jakmile si zarezervují dovolenou, zatímco nezávislí cestovatelé budou mít pravděpodobně značný výběr ve městech, která navštíví v cílovém regionu, i po tom co si dovolenou zarezervují.

Výzkum Cbi (Molgo and ETFI 2020) asi nejlépe shrnuje výše uvedené definice a tvrdí, že individuální turismus je způsob cestování, kdy si cestující navrhují své vlastní cesty, vybírají si vlastní destinace a místa návštěvy na základě informací, které již mají. Dále tvrdí, že individuální turistika je opakem masové turistiky; Individuální turisté raději vytvářejí své vlastní výlety, místo aby následovaly davy.

Také podle této definice prý cestují individuální cestovatelé sami, ve dvojici nebo v doprovodu malého počtu lidí. Dále tvrdí, že jejich cílem je jít vlastní cestou, prozkoumat věci, které chtějí vidět, a vytvořit si tak svůj vlastní jedinečný zážitek z cestování. Při plánování vlastní cesty mohou cestovat vlastním tempem, aniž by byli vázáni na skupinu.

Důležité je také zmínit „baťůžkáře“ (z anglického „backpackers“), tato skupina cestovatelů bývá často ztotožňována s termínem individuální cestovatelé, ale nejedná se o totéž. Murphy a Pearce (1995, cit. in Tsaur, Yen, a Chen 2010) definovali baťůžkáře jako mladé a rozpočet šetřící turisty, kteří dávají přednost levnému ubytování, nezávisle organizovanému a flexibilnímu itineráři. Podle nich kladou důraz na setkávání s jinými lidmi (místními a cizími), upřednostňují raději dlouhé než krátké cesty a také neformální a participativní rekreační aktivity. Tsaur, Yen, a Chen (2010) popisují baťůžkáře jako takové cestovatele, kteří cestují sami s velkým batohem, usilují o hluboké zážitky a utrácejí méně peněz. Baťůžkáři by proto měli být interpretováni pouze jako jedna podskupina větší kategorie individuálních cestovatelů.

4.1.1 Výhody a nevýhody individuálního cestování

V souvislosti s tématem individuálního cestování budou v této kapitole zmíněny výhody a nevýhody tohoto typu cestování. Tímto tématem se zabývají především cestovatelské blogy a fóra, což nejsou relevantní zdroje, které by bylo vhodné citovat. A proto tato kapitola bude shrnuta na základě vlastních zkušeností autorky, protože dlouhodobě cestuje individuálně a analyzovala a zkoumala tuto problematiku do hloubky.

Mezi nevýhody cestování individuálně patří **vyčerpávající organizování**.

Před cestou je nutné, aby si cestovatel zjistil všechny potřebné informace jako například bezpečnostní situaci v destinaci, celní předpisy, případné náboženské zvyky či potřebná a doporučená očkování pro vstup do země. Dále je důležité si sjednat cestovní pojištění a v případě některých zemí zajistit vízum.

Dalším krokem je plánování samotné cesty. Cestovatel většinou musí projít velkým množstvím informací a následně se rozhodnout co chce na místě navštívit, ideálně si vytvoří itinerář cesty a zjistí si jakým způsobem se na místě může přepravit z místa A do místa B.

Dále je důležité zjistit, jakým způsobem se na místě platí, jestli jsou dostupné bankomaty a jestli se platí spíše hotově či je možnost platit kartou. Dobré je také vědět důležitá telefonní čísla pro případ potřeby. Při cestě do exotických zemí by cestovatel měl být obeznámen i s klimatickou situací (období monzunů apod.).

Muset si všechno zařizovat sám, shánět si letenky a zjišťovat si veškeré informace může být velice únavné a časově náročné.

Cestování individuálně obnáší určitý element **rizika**. V některých zemích nemusí být dobrá bezpečnostní situace a pokud se něco pokazí, musí se člověk s následky vypořádat sám. Navíc když cestovatel cestuje sólo, může být občas osamělý a pokud onemocní, musí se spolehnout jen sám na sebe.

Proč tedy lidé cestují individuálně?

Mezi hlavními důvody dominuje **flexibilita a volnost**. Možnost zvolit si kdy a kam jít, vybrat si ubytování podle vlastního uvážení a změnit si ho, když něco není v pořádku. Změnit plán podle situace, zdržet se na nějakém místě déle a jiné naopak vynechat, to jsou hlavní důvody, které motivují cestovatele pro individuální cestu.

Dále zábava při **plánování**. Plánovat si svoji cestu může být pro někoho zábava. Při plánování se cestovatel dozví spoustu informací o dané zemi, a protože je na internetu velké množství cestovatelských blogů, vlogů, recenzních stránek a celkově informací a doporučení, není těžké si vybrat, co koho zajímá, dostat tip na zajímavá místa, která nenavštěvují zástupy turistů, a jídla, která se vyplatí ochutnat.

Individuální cestovatelé mají podle Pan a Wang (2018) tendenci plánovat své cesty podle svých zájmů, preferovaných hotelů, památek, které chtějí navštívit, rozpočtů,

dostupnosti času a různých dalších faktorů. Proto je plánování cestovního itineráře cenné pro uspokojení jedinečných potřeb každého cestovatele.

Cena je další důvod, proč se někteří cestovatelé rozhodli cestovat individuálně. Cestování není zadarmo, Smith (2019) na webu o individuálním cestování tvrdí, že cesta může vyjít levněji, pokud je vše zařizováno individuálně. Samozřejmě cena cesty záleží také na zvolené destinaci, typu ubytování a plánovaném obsahu cesty. Obecně se ale dá říct, že není nutné přijmout cenu cestovní kanceláře a vždy se dá poohlédnout po levnější variantě.

S cenou souvisí i další výhoda a tou je vlastní rezervování letenek. Cestující může díky **věrnostnímu programu** aerolinií sbírat míle či body a následně je může využít pro další cestu a díky tomu ušetří.

Při individuálním cestování má cestovatel mnohem větší možnost setkat se s místními a poznat tak jejich **kulturu**. Zároveň od nich může získat radu či tip na místa, která stojí za návštěvu a nejsou tolik turisty navštěvována.

Cestování je samo o sobě výzva a individuální cestování může zároveň být i **adrenalinový zážitek**.

4.1.2 Obecná charakteristika individuálního cestovatele

Individuální cestovatelé jsou ve studii z roku 2010 (Tsaour, Yen a Chen) popsáni jako lidé schopní rychle absorbovat nové znalosti, kteří podnikají odvážné kroky jako je hledání neobvyklých cest, touží poznávat jiné kultury, hledají dobrodružství v jiném prostředí, poznávají nová místa a organizují výlety individuálně. Dále podle této studie využívají neekonomičtější prostředky k organizování flexibilních itinerářů, vyhýbají se davům lidí a chtějí zažít něco jiného a nového.

Společnost Tripadvisor ve své zprávě z roku 2016 (Tripadvisor 2016) hovoří o individuálních cestovatelích jako o lidech, kteří říkají: „chci to po svém“. Rádi prý

jezdí sólo, dělají nezávislá cestovatelská rozhodnutí, chtějí zažít dobrodružství a online průzkum internetu jim k tomu pomáhá. Dále je pro ně podle TripAdvisoru (2016) důležitá kultura a mohou to být lidé s nízkými ale i vysokými příjmy a většinou spadají do věkové skupiny 25–49 let.

Tsaur, Yen a Chen (2010) definují důležité schopnosti a dovednosti individuálních cestovatelů, jedná se o přípravu před cestou, schopnost cestování na místě a reakce na mimořádné události.

4.2 Cestovní mobilní aplikace

Cestování s chytrým telefonem je pro většinu cestovatelů v dnešní době samozřejmostí. Chytré technologie, a především přístup na internet může pomoci v různých situacích. Ať už je cestovatel na místě, kde se díky chytré aplikaci dozví včas o přírodní katastrofě, či na místě, kde má problém se domluvit a překladatelská aplikace mu pomůže z bezvýchodné situace. Užitečné jsou obzvláště mapy v telefonu, které mu přesně ukážou, kde se nachází a kterým směrem by měl jít a za jak dlouho tam dojde. Chytré technologie mohou být velice užitečné v každodenním životě i při cestování.

Podle Huang et. al. (2017) změnil internet a další informační technologie chování spotřebitelů. V roce 2015 byl podle nich údajně světový počet uživatelů internetu 3,2 miliardy, počet uživatelů mobilních telefonů téměř 4,4 miliardy a počet uživatelů chytrých telefonů 1, 9 miliardy. Dále tvrdí, že v cestovním ruchu hrály tyto technologie rozhodující roli nejen pro konkurenceschopnost organizací cestovního ruchu, ale také pro zážitek turistů.

V dnešní době se podle Huang et. al. (2017) drtivá většina vyhledávání cestovních informací a rezervací a plateb během přípravné fáze cesty provádí přes internet. Huang et. al. (2017) dále tvrdí, že i během cestování poskytuje internet, chytré telefony a další technologie cestujícím bohaté, rozmanité a užitečné informace díky snadné dostupnosti a připojení.

Pojem chytrý cestovní ruch se prý podle Huang et. al. (2017) stal spolu s technologiemi, které jsou s ním spojené, běžným pojmem k popisu takového propojení, synchronizace a společného používání různých technologií pro cestování. Statistiky mobilních cestovních rezervací (Condor ferries 2020) ukazují, že 21 % amerických cestovatelů si rezervuje své cesty pomocí smartphonu. Také tvrdí, že smartphone postupně zvyšuje svůj podíl na trhu online cestovních rezervací, ale i tak stále 80 % uživatelů upřednostňuje rezervaci pomocí stolního počítače nebo notebooku.

Podle těchto statistik prý většina cestovatelů vyhledává na mobilním telefonu informace a ceny, ale konečnou rezervaci provede na svém počítači. Důvodem prý může být, že webovým cestovním stránkám pro mobilní zařízení často chybí základní prvky, které spotřebitelé potřebují, aby mohly rezervovat s důvěrou. Nedůvěra by podle Condor ferries (2020) mohla být způsobena obavami ohledně hledání nejlepší ceny, vyhledávání přes počítač či laptop umožňuje spotřebitelům porovnat všechny možnosti na jednom místě.

4.2.1 Kategorizace cestovních mobilních aplikací

V této kapitole je jako zdroj informací použit autorčin odborný vhled do problematiky a zkušenosti získané studiem této problematiky. Informace o jednotlivých aplikacích jsou získány z oficiálních informací na Google play a App store.

V dnešní době existují mobilní aplikace zaměřené téměř na vše a mohou tak usnadňovat život mnohým uživatelům. Podle cestovních statistik (Condor ferries 2020) si cestovatelé užívají zejména rychlost a další funkce, které jim tyto aplikace poskytují, a přidanou hodnotu, kterou nabízejí spotřebitelům při plánování cest. Zejména se podle Condor ferries (2020) 79 % uživatelům líbila přijímání oznámení (tzv. push notifikace) ohledně snížení ceny.

Podle Christoff (2018) je používání mobilních cestovních aplikací na vzestupu, zejména mezi cestujícími v USA. Podle průzkumu společnosti Travelport z roku 2018 (TravelPort 2018) používá průměrný cestovatel ve volném čase v USA sedm až osm různých aplikací. Výsledky tohoto průzkumu ukazují, že 52 % z dotázaných používá mapy, 51 % počasí a 50 % aplikace leteckých společností, pokud jde o hotely, 39 % hostů by chtělo použít digitální klíče od pokoje a 36 % by se chtělo přihlásit do hotelu prostřednictvím aplikace.

63 % respondentů z tohoto průzkumu (TravelPort 2018) pravidelně používá aplikace k hledání a rezervaci letenek.

Podle studie provedené společností Ve Global z roku 2018 (cit. in Huang 2019) bylo 30 % veškerých cestovních rezervací v Asijsko-pacifickém regionu provedeno pomocí telefonu či tabletu.

Podle zaměření se dají cestovní aplikace rozdělit na:

4.2.1.1 Aplikace týkající se ubytování

Pro tyto aplikace cestovatel najde využití, ať už si plánuje a rezervuje ubytování ještě před cestou v pohodlí domova, nebo až na cestě. Ubytování je snadné zarezervovat a díky filtrům si během chvíle najít vhodné zařízení podle osobních preferencí.

Mezi tyto aplikace patří:



*Obrázek č. 1 Logo
Booking.com zdroj:
(Booking.com
2021a)*

Booking.com slouží podle oficiálních informací (booking.com 2021) k rezervování ubytování po celém světě. V této aplikaci jsou podle těchto informací jednotlivá zařízení díky hodnocení cestovatelů, kteří již toto zařízení navštívili, označena číselným skóre na škále od 1 do 10, kdy 10 je nejlepší. Díky tomu mají zákazníci možnost rychle vybrat ubytování podle svých preferencí a díky recenzím mohou předejít neadekvátním zařízením. Podle Booking.com (2021) je po zarezervování ubytování v aplikaci uložena offline informace o ubytování,

označeno místo na mapě, adresa a QR kód, kterým se cestovatel prokáže po příjezdu na místo.



Obrázek č. 2 Logo
Airbnb
zdroj: (Airbnb 2021)

Airbnb je aplikace jak pro cestovatele, tak pro hostitele. V aplikaci je podle Airbnb (2021) možné si ubytování bezpečně zarezervovat a komunikovat s hostitelem. Také tvrdí, že přes Airbnb si cestovatel může pronajmout pokoj, ale i celý dům a rezervovat zážitky organizované místními experty. Vyhledávat se prý dá podle ceny, čtvrti, vybavení a dalších kritérií.

4.2.1.2 Mapy a navigace

Jednou z velkých výhod cestování do nových míst je schopnost objevovat (Toniuk, 2019). Avšak objevování se kdykoli může proměnit ve ztracení a nikdo nechce být ztracen na cizím místě. Díky technologiím to ale tak už být nemusí. Toniuk (2019) tvrdí, že k navigaci v zahraničí již není potřeba překonávat jazykové bariéry nebo dešifrovat špatné instrukce. Dále tvrdí, že se cestovatel může navigovat pomocí mobilního zařízení s předinstalovanou datovou SIM kartou či spolehlivým hotspotem WiFi a navigační mobilní aplikací téměř na každém místě na planetě. Navigačních aplikací je velké množství, ale některé jsou pro cestovatele lepší než jiné.



Obrázek č. 3 Logo
Maps.me zdroj:
(STOLMO LIMITED
2021)

Maps.me jsou podle oficiálních informací společnosti (MAPS.ME 2021) rychlé, podrobné a zcela offline mapy s podrobnou navigací a jsou důvěryhodné pro více než 60 milionů uživatelů po celém světě. Dále tvrdí, že šetří mobilní data, protože není vyžadován internet a dají se používat při řízení, chůzi i cykloturistice kdekoli na světě.

Mapy.cz podle Seznam.cz a.s. (2021) nabízí dopravní navigaci, která v případě kolony navrhne objíždku, cestou informuje o všech nehodách, radarech a omezeních. Také tvrdí, že najde nejbližší čerpací stanici včetně cen pohonných hmot, nabízí



Obrázek č. 4 Logo
Mapy.cz zdroj:
(Seznam.cz a.s.
2021a)

také až 5denní předpověď počasí pro cílovou destinaci. Společnost Seznam.cz a.s. (2021) uvádí, že mapy celého světa fungují i bez signálu, jednoduše lze s nimi naplánovat turistickou trasu či výlet a s funkcí „Stopař“ je možné zaznamenávání trasy pěšky, na kole či autem i bez připojení k internetu.



Obrázek č. 5 Logo
Mapy Google zdroj:
(Google LLC 2021a)

Mapy Google využívají podle Google LLC (2021) satelitní GPS navigaci, odhadují čas příjezdu, automaticky změní trasu podle aktuálních informací o provozu, nehodách a uzavírkách. Google LLC (2021) dále tvrdí, že na mapách lze nalézt místní restaurace, akce i aktivity a pomocí offline map lze vyhledávat a používat navigaci i bez připojení na internet.

4.2.1.3 Transport

Aplikace veřejné dopravy je těžké porovnávat, jelikož každá země a často i každé větší město má svou. Proto zde budou zmíněny jen obecně.

Tyto aplikace jsou užitečné, protože se přes ně může zakoupit jízdenka, najít nejlepší spoj, nebo třeba najít zastávka na mapě.

Dále existují aplikace různých taxislužeb, zde jsou také vhodné různé aplikace pro různé země, například v Asii jsou navíc i aplikace pro tuk-tuky (motorizovaná tříkolka, obvykle používaná jako taxi)



Obrázek č. 6 Logo
Bolt zdroj: (Bolt
Technology OU 2021)

Bolt je podle Bolt Technology (2021) přepravní aplikace pro rychlý a cenově dostupný transport po městě. Společnost Bolt Technology (2021) uvádí, že při objednání odvozu přes aplikaci je auto k dispozici do 3 minut kdykoli, cena za odvoz je stanovena už při objednávce a platit lze v hotovosti či v aplikaci kartou nebo přes apple pay. Dále uvádí, že všechny jízdy v Evropě jsou 100 % uhlíkově neutrální. Podle dostupných

oficiálních informací (Bolt Technology 2021) se aplikace v minulosti jmenovala Taxify a je dostupná ve více než 30 zemích a 150 městech po celém světě.



Obrázek č. 7 Logo Uber, zdroj: (Uber Technologies, Inc. 2021a)

Uber dle oficiálních informací (Uber Technologies, Inc. 2021) umožňuje cestovateli v aplikaci zadat cíl cesty a vybrat si z nejbližších řidičů preferovaný vůz podle velikosti, množství míst k sezení či luxusu vozidla. Uber také prý funguje na více než 600 letištích a ve více než 10 tisících měst. Podle Uber Technologies, Inc. (2021) je v aplikaci i předem zobrazena předběžná cena jízdy, zároveň je možné přímo z aplikace kontaktovat pohotovostní službu v případě nouze a po skončení jízdy lze napsat komentář a hodnocení řidiče.

4.2.1.4 Překlad

Jazyková bariéra může cestovatele odrazovat od cestování, to je ale díky překladatelským aplikacím minulost.



Obrázek č. 8 Logo Google překladač, zdroj: (Google LLC 2021c)

Překladač Google podle Google LLC (2021b) překládá text do 103 jazyků, překládá offline bez internetového připojení do 59 jazyků a překládá text na obrázcích pouhým namířením fotoaparátu. Dále podle této společnosti aplikace nabízí přímý překlad dvoujazyčných konverzací a znaky textu lze místo psaní nakreslit (95 jazyků).



Obrázek č. 9 Logo iTranslate, zdroj: (iTranslate 2021a)

iTranslate (2021) uvádí, že aplikace umožňuje snadný překlad textu nebo zahájení hlasových konverzací ve více než 100 jazycích, aplikaci je možné používat i v režimu offline. Překlady je možné poslouchat mužským nebo ženským hlasem a je možné při překladu přepínat mezi různými dialekty. Ve verzi PRO je podle iTranslate (2021) možné překládat pomocí fotoaparátu značky, jídelní lístky a další. Dále podle nich

aplikace nabízí také offline překlad ve více než 40 jazycích a hlasové překlady.

4.2.1.5 Převodník měn

V situaci, kdy cestovatel stojí na tržnici a není si jistý, na kolik ho zboží, které chce koupit, vyjde, se vyplatí mít v telefonu aplikaci, která v mžiku převede cenu například z thajských Bathů na dolary či české koruny.



Obrázek č. 10 Logo
Převodník měn,
zdroj: (Mezhevikin
2021a)

Převodník měn – kurzy měn je podle vývojáře této aplikace (Mezhevikin 2021) aplikace fungující i v režimu offline, převádí 150 světových měn, obsahuje kalkulačku, kryptoměny a přesný směnný kurz.

4.2.1.6 Letenky

Při individuálním cestování často hraje roli cena a letenky do vzdálených destinací bývají většinou velkou položkou rozpočtu. Existují weby, které porovnávají nabídky téměř všech leteckých společností a nabízejí proto nejlevnější možnou variantu, aniž by člověk musel strávit hodiny hledáním u jednotlivých aerolinií. Tyto weby mají své aplikace jako například:



Obrázek č. 11 Logo
Kiwi.com, zdroj:
(Kiwi.com s.r.o 2021)

Kiwi.com podle oficiálních informací společnosti (Kiwi.com s.r.o. 2021) propojuje tisíce leteckých společností, vlakových a autobusových dopravců po celém světě a díky tomu může nabídnout nejlevnější letenky a jízdenky. Dále podle nich nabízí nepřetržitou zákaznickou podporu ve více než 12 jazycích.



Obrázek č. 12 Logo Skyscanner, zdroj: (Skyscanner 2021a)

Skyscanner podle oficiálních informací vývojáře (Skyscanner 2021) kromě vyhledávání letenek umožňuje také rezervaci ubytování a pronájem aut. Dále uvádí, že vyhledávání lze filtrovat podle délky letu, aerolinie, počtu zastávek, cestovní třídy a času příletu a odletu. Dále si prý cestovatel z nabízených letenek může zvolit ekologičtější volbu (let s nižšími emisemi CO₂).

4.2.1.7 Uchovávání dokladů

Kartička pojištění, palubní lístek či jízdenka na autobus, to všechno se dá uchovat v elektronické verzi v tzv. peněžence. Není potřeba s sebou nosit papírovou verzi, nebo může sloužit jako elektronická záloha při odcizení dokumentů.



Obrázek č. 13 Logo Apple wallet, zdroj: (Apple 2021)

Apple wallet (peněženka) je aplikace, díky které se dá bezkontaktně a bezpečně platit pomocí iPhone a Apple watch, uvádí společnost Apple (2021). Dále prý umožňuje odemknout a startovat auto digitálním autoklíčem uloženým v aplikaci wallet a do aplikace se dají nahrát zákaznické a věrnostní karty, palubní lístky a vstupenky na akce.

4.2.1.8 Počasí

Aplikace, které předpovídají počasí jsou využívány v každodenním životě a obzvláště při cestování je dobré vědět, jestli je lepší vzít si pláštěnku, nebo opalovací krém.



Obrázek č. 14 Logo Windy, zdroj: (Windyty SE 2021a)

Windy od společnosti Windity SE (2021) je aplikace pro předpověď počasí, rychlá, detailní a přesná.

4.2.1.9 Srovnávače

Na trhu jsou k dispozici srovnávače jako například Trivago, který porovná hotely v destinaci a najde nejlepší cenu. Nebo Tripadvisor, který doporučí, co v destinaci navštívit, v jakém hotelu se ubytovat či v jaké restauraci se najíst a co si dát. To vše, díky recenzím cestovatelů, kteří tvoří Tripadvisor svými recenzemi a fotografiemi. Dále třeba Yelp, který se zaměřuje pouze na restaurace.

Díky těmto aplikacím může cestovatel ve fázi plánování nebo i na cestě předejít špatným zkušenostem a lépe se rozhodnout, co hodlá navštívit. Podle cestovních statistik (Condor ferries, 2020) tráví na Tripadvisoru 80 % všech cestovatelů až 4 týdny čtením recenzí a průzkumem destinace a 90 % cestovatelů tvrdí, že jsou ovlivňováni online recenzemi. Dále podle těchto statistik vychází, že 72 % nových zákazníků neprovede rezervaci, dokud nestráví nějaký čas čtením recenzí dalších cestovatelů a 15 % nedůvěřuje podniku bez recenzí.



Obrázek č. 15 Logo Yelp, zdroj: (Yelp Inc 2021a)

Yelp je aplikace, která podle Yelp Inc (2021) vyhledává a hodnotí restaurace, kavárny a hospody. Dále uvádí, že se podniky dají filtrovat podle čtvrti, vzdálenosti, ceny a otevírací doby. Proto je prý potom díky recenzím zákazníků snadné vybírat mezi nejlepšími zařízeními.



Obrázek č. 16 Logo Tripadvisor, zdroj: (Tripadvisor 2021a)

Tripadvisor slouží k plánování cest. Společnost Tripadvisor (2021) uvádí, že obsahuje miliony cestovatelských recenzí a doporučení ohledně hotelů, restaurací, kaváren, zážitků, výletů a aerolinií. Dále uvádí, že na cestách je pomocí aplikace možné zobrazit na mapě hotely, restaurace a cestovatelské atrakce v okolí, porovnat ceny z více než 200 rezervačních portálů a přímo provést rezervaci. Aplikace také podle Tripadvisoru (2021) umožňuje cestovatelům jednoduše přidávat recenze a fotografie a pokládat ostatním cestovatelům otázky na fórech Tripadvisoru.

4.2.1.10 Průvodcovské aplikace

Individuální cestovatelé, jak už bylo řečeno výše, oceňují, že nemusí cestovat ve skupinách, můžou si sami řídit svůj čas a být flexibilní. Proto i průvodcovské aplikace mohou být dobrým pomocníkem. Uživatelé mohou cestovat na vlastní pěst a díky audio či video průvodcům nepřijdou o cenné informace. Cestovatelé mohou samozřejmě používat tištěné průvodce, ale v dnešní době chytrých technologií si spousta cestovatelů už nechce zabírat omezené místo knihami, když mohou využít aplikace a informace jednoduše poslouchat pomocí sluchátek.



Obrázek č. 17 Logo
Guides by Lonely
Planet, zdroj:
(Lonely Planet
Global Inc 2021)

Guides by Lonely Planet je společnost, která vydává tištěné turistické průvodce a má i aplikaci, ve které se tyto průvodce dají pomocí QR kódu uchovávat v elektronické verzi. Dále podle Lonely Planet (2021) aplikace obsahuje Lonely Planet TV, která má více než 350 epizod cestovních show. V aplikaci se podle Lonely Planet (2021) nachází offline mapy, audio slovníček frází, převodník měn a městské průvodce. Také prý obsahuje více než 8000 měst a více než 350 000 míst a příběhů.



Obrázek č. 18 Logo
SmartGuide, zdroj:
(SmartGuide s.r.o.
2021a)

SmartGuide je globální průvodcovská aplikace. Podle oficiálních informací společnosti (SmartGuide s.r.o. 2021) obsahuje zajímavá místa k navštívení a trasy, po kterých se vydat. Dále tvrdí, že záleží jen na cestovateli, jakou zvolí variantu získávání informací, může si příběhy přečíst nebo využít audio průvodce a poslouchat. Také uvádí, že pokud se uživatel vydá po trase, stačí, aby si nasadil sluchátka a aplikace sama pozná kam cestovatel došel a podle toho mu spustí audio nahrávku. Společnost SmartGuide s.r.o. (2021) také informuje, že pokud uživatel povolí zasílání oznámení, aplikace cestovatele upozorní na zajímavá místa v okolí a v případě nebezpečí mu pošle oznámení (například upozornění na zemětřesení v okolí).

4.2.2 Chytré technologie a cestovní ruch

Slovo Smart (česky: chytrý) je podle Gretzel et. al. (2015) novým módním slovem, který popisuje technologický, ekonomický a sociální vývoj podporovaný technologiemi, které využívají senzory, big data, open data, RFID, NFC, QR kódy a další.

Höjer and Wangel (2015) jsou toho názoru, že nejde o individuální technologické pokroky, ale o propojení, synchronizaci a společné používání různých technologií. Podle nich se tento termín používá v souvislosti s městy (inteligentní města), budovami (chytrý dům, továrny) nebo například s technologiemi (chytrý telefon, chytrá televize)

V souvislosti s cestovním ruchem znamená Smart propojení všeho výše uvedeného, uvádí Gretzel et. al. (2015). Velký tlak na chytrý cestovní ruch je podle Hwang et. al. (2015, cit. in Gretzel et. al. 2015) především v Číně a Jižní Koreji, kde se intenzivně financují iniciativy zaměřené obzvláště na budování technologické infrastruktury podporující chytrý cestovní ruch. Gretzel et. al. (2015) podle Lamsfus et. al. a Boes et. al. (2015a,b, cit. in Gretzel et. al. 2015) tvrdí, že se v Evropě mnoho iniciativ chytrého cestovního ruchu zrodilo z projektů chytrých měst a je zaměřen více na inovace, konkurenceschopnost a vývoj inteligentních aplikací pro koncové uživatele.

Gretzel et. al. (2015) dále popisuje, že na inteligentní cestovní ruch lze v mnoha ohledech pohlížet jako na logický pokrok tradičního cestovního ruchu a v poslední době i e-cestovního ruchu. Gretzel et. al. (2015) podle Buhalis (2003) a Werthner a Ricci (2004) uvádí, že základy pro inovace a technologickou orientaci průmyslu a spotřebitelů byly položeny brzy po rozsáhlém přijetí informačních a komunikačních technologií (ICT) v cestovním ruchu, například ve formě globálního distribučního a centrálního rezervačního systému a integrace webových technologií, které vedly ke vzniku e-cestovního ruchu.

Tato vývojová trajektorie pokračovala podle Sigala et. al. (2012, cit. in Gretzel et. al. 2015) rozšířeným přijetím sociálních médií a dále podle Buhalis a Law (2008, cit. in Gretzel et. al. 2015) a Wang et. al. (2012, cit. in Gretzel et. al. 2015) posunem k realizaci mobilního cestovního ruchu. Smart (chytrý) cestovní ruch je však podle Gretzel (2011) zřetelným krokem ve vývoji ICT v cestovním ruchu v tom, že fyzická a správní dimenze cestovního ruchu vstupuje do digitálních podmínek a v systémech cestovního ruchu se dosahuje nových úrovní inteligence. Gretzel et. al. (2015) tvrdí, že struktura odvětví se opět mění a způsoby, jakými jsou zážitky z cestovního ruchu vytvářeny, vyměňovány, spotřebovávány a sdíleny, se zásadně liší.

5 Výsledky

Obsah rozhovoru s respondenty korespondoval s výzkumnými otázkami tak, aby byly získané potřebné informace k zodpovězení a mohly být následně konfrontovány se zjištěními z teoretické analýzy a s vlastními zkušenostmi.

V1: Co vidí cestovatelé jako přínos individuálního cestování.

Mezi nejčastěji uváděný důvod cestovatelů, proč cestují individuálně, je **flexibilita**. Jeden z respondentů uvedl, že jako dítě cestoval s rodiči s cestovní kanceláří a nelíbila se mu limitovanost tohoto cestování, hlavně striktní časový plán. 4 z 5 cestovatelů uvedli, že je pro ně důležitá možnost si cestu přizpůsobit vlastním preferencím, času a okolnostem. Chtějí si sami určit co uvidí, kolik času na místě stráví a díky tomu mít cestu pestřejší a zajímavější.

Jeden z respondentů strávil na cestě rok a půl a uvedl, že důvod, proč cestuje je, aby poznával **kulturu**, lidi a zemi ve které žijí, a to je podle jeho slov nemožné zažít s cestovní kanceláří. Toto tvrzení uvedl na příkladu: v některých zemích byl prý odkázán na pomoc místních a několikrát ho u sebe i ubytovali, díky tomu mohl vidět, jak tito lidé žijí, což by v hotelu nezažil.

Dalším důvodem je pro všechny respondenty **cena**. Všichni se shodli na tom, že cesta bez cestovní kanceláře je levnější. Jedna respondentka pracovala pro cestovní kancelář a měla možnost vidět, kolik peněz odchází těmto kancelářím z ceny zájezdu. Proto se rozhodla cestovat individuálně a díky ušetřeným penězům navštívit v destinaci více míst či utratit více peněz.

V2: Jaké aplikace cestovatelé při svých cestách využívají.

Mezi často zmiňovanou kategorií aplikací patří jednoznačně mapy. Mapy uvedlo 5 z 5 respondentů. Často opakované aplikace jsou: **mapy Google** (4 z 5), **mapy.cz** (3 z 5) a **maps.me** (2 z 5). Jedna respondentka uvedla, že mapy Google využívá k vyhledávání památek a restaurací. 2 respondenti tyto mapy prohlíží jak v internetovém prohlížeči, tak i v aplikaci. Mapy.cz podle cestovatelů fungují skvěle po celém světě a ukážou i nejzaprdejší cesty a Maps.me respondenti používají k plánování tras ve městě a uvádí, že fungují skvěle i offline.

Další mnohokrát uvedená kategorie jsou aplikace jednotlivých leteckých společností a srovnávače cen letenek. Aplikace, přes které je možné vyhledávat, porovnávat či rezervovat letenky uvedlo 4 z 5 dotázaných. Také uvedli, že používají srovnávače jako například **Skyscanner** (3 z 5), **Pelikán** (1 z 5) a **Kiwi** (1 z 5), následně si ale ve většině případů letenku koupí přes aplikaci dané letecké společnosti, protože to jim umožní sbírat letecké body/míle nebo získat ještě lepší cenu, či za stejnou cenu mají více služeb (například salónek na letišti). Někteří respondenti uvedli pouze souhrnné označení aplikace jednotlivých leteckých společností a někteří uvedli **Ryanair** (2 z 5), **easyjet** (1 z 5) a **wizzair** (2 z 5).

Aplikace na ubytování jsou další kategorií, kterou používá 5 z 5 cestovatelů. Dvě nejvíce využívané aplikace jsou **Airbnb** (4 z 5) a **booking.com** (4 z 5). Dva respondenti ještě uvedli třetí aplikaci **Couchsurfing**, přes tuto aplikaci cestovatelé mohou najít ubytování přímo u místních obyvatel. Jeden respondent Couchsurfing využíval hlavně v Americe, Íránu a Číně, kde díky této aplikaci měl možnost poznat,

jak místní obyvatelé žijí. Další respondent oceňuje u Airbnb možnost rezervace výletů a zážitků.

Aplikace pro transport uvedli pouze dva dotázaní a jedná se především o aplikace taxislužeb: **Bolt**, **Cabify**, **Uber** a aplikace pro hromadnou dopravu (například metro v New Yorku).

Dva respondenti uvádí, že počasí je nepředvídatelné a většinou je překvapí, proto podle nich nemá smysl koukat na předpověď. Další dva respondenti naopak aplikace na předpověď počasí používají a zde byla zmíněna pouze aplikace **Yr.no** se kterou má jeden cestovatel nejlepší zkušenost.

4 z 5 dotázaných také používají **Google překladač**, 3 z 5 aplikace pro **uchovávání dokladů a letenek**. 2 z 5 respondentů využívají **Tripadvisor** při vyhledávání restaurací a památek, pro výběr nejlépe hodnoceného kurzu vaření, masáže či jiných aktivit.

Následující aplikace byly zmíněny vždy pouze jedním z respondentů, ale v rámci této práce je vhodné je také zmínit. **Rentalcars** je aplikace umožňující pronájem vozidla. **Settleup** je aplikace, která spravuje výdaje ve skupině. Jeden respondent uvedl, že při cestě s přáteli nebo cizími lidmi si zapisuje výdaje do této aplikace a následně potom vidí, kdo komu kolik dluží peněz. Dále byla zmíněna kategorie **audio průvodců a převodníků měn**. **VPN aplikace** zmínil respondent, který cestuje do zemí jako je Turkmenistán, Čína, Indie či Írán, v těchto zemích je často blokován internet, a proto pro spojení s rodinou potřebuje VPN aplikace. Jelikož v každé zemi funguje jiná, nejsou zde zmíněny konkrétní aplikace.

Aplikace pro přehrávání hudby **Spotify** je při cestách jednoho respondenta také velice důležitá. Další z respondentů zmínil aplikaci **Google lens**. Pokud cestovatel narazí například v metru na plakát s místem, které nezná (hrad, údolí či hora) stačí tento obrázek vyfotit a zadat do Google lens, tato aplikace mu již potřebné informace zjistí.

V3: Jaký význam a využití mají cestovní aplikace pro cestovatele.

Nejčastější odpovědí na tuto otázku je zjednodušení. Mobilní aplikace přináší cestovatelům zjednodušení jejich cesty. Již nejsou plně odkázaní na pomoc ostatních, slovy jedné respondentky: *„Všechny informace, které bych si mohla přát, mám u sebe v telefonu a díky tomu je cestování strašně jednoduché“*. Další respondentka uvádí: *„Člověk, když si potřebuje poradit nebo něco zjistit, tak může kliknout a během chvíle ví skoro všechno.“* Jeden respondent uvedl, že díky aplikacím má pomoc pořád při sobě a dalšímu pomáhají s plynulostí cesty.

V4: Jaká negativa obnáší používání cestovních aplikací při cestování.

Žádný z respondentů nevidí používání aplikací při cestování jako negativum. Aplikace a přístup na internet jim naopak cestu usnadňují, jak již bylo zmíněno výše. Slovy respondentky: *„Naopak vidím pozitiva v tom, že usnadňují cestování a člověk s sebou nemusí brát tištěného průvodce, který váží 3 kg.“*

Jako negativum může být bráno používání telefonu obecně, 3 z 5 dotázaných se shodují v tom, že telefony odvádí pozornost od okolního světa. Citují: *„Člověk tráví na telefonu obrovské množství času a tím je odtržen od reality.“* Jeden z respondentů tuto skutečnost řešil tím způsobem, že si přestal kupovat sim karty a byl přes den offline a následně se večer v hotelu připojil na internet a zajistil si vše co potřebuje. Mohl se tak soustředit na svět kolem sebe a v případě nutnosti použil aplikace, které fungují i offline jako například mapy.

Jeden z dotázaných také uvedl, že si člověk musí poradit sám, když v místě není internetové pokrytí nebo signál. To samé platí i pro situaci, kdy je cestovatel okraden. Jedna respondentka přišla tímto způsobem o svůj mobilní telefon na dovolené v Peru.

V5: Jak důležité jsou cestovní aplikace v porovnání s tištěným průvodcem.

Pro respondenty jsou mobilní aplikace jednoznačně důležitější než tištěný průvodci. Tištěné průvodce používá pouze jedna respondentka, a to ve fázi plánování, na cestu

si ho s sebou už nebere. Ve 3 rozhovorech bylo zmíněno, že průvodci zbytečně zabírají místo při cestování. Pro tři dotázané jsou na škále od 0 do 10 mobilní aplikace versus tištění průvodci důležité aplikace 7 ku 3 a pro 2 respondenty je to 10 pro aplikace a 0 pro tištěné průvodce.

V6: Dokážou si cestovatelé představit svou cestu bez chytrého mobilu?

3 dotázaní si dokážou představit cestu bez chytrých technologií. Věk těchto respondentů se pohybuje v rozmezí od 31 do 58 let. Toto tvrzení dokládají tím, že už takto v minulosti cestovali. Jako například: *„Dokázala, protože dřív jsme nic takového neměli. Bylo by to složitější, ale dala bych to, protože už s tím mám zkušenost.“* Důležité je také zmínit, že ačkoli si cestu bez technologií představit dokážou, cestovat tímto způsobem už ale nechtějí.

Jeden respondent uvádí: *„Dokázal, ale musel bych mít alespoň papírovou mapu, mapa je to nejdůležitější, co potřebuji abych se zorientoval v prostoru, abych věděl, kam jdu a co mě čeká.“*

Dva respondenti ve věku od 25 do 32 let, na tuto otázku odpověděli, že z důvodu lenosti je pro ně takto cestovat nepředstavitelné. Citují: *„Ne, asi jsem zhýčkaný dobou, ale představit si to nedokážu.“*

V7: Bez které aplikace by si cestovatel nemohl představit svou cestu?

Jak již bylo zmíněno, mobilní aplikace a celkově chytré technologie jsou pro cestovatele důležité. Pro zajímavost proto byla dotazovaným položena otázka: Pokud byste si mohl/a nainstalovat pouze jednu cestovní aplikaci do telefonu, která by to byla?

Nejčastější odpovědi (4 z 5) jsou **mapy**. Jeden cestovatel tuto volbu odůvodnil slovy: *„Mapa je to jediné, díky čemu vím, že za 20 kilometrů dojdu do vesnice, kde se můžu zeptat na ubytování. Ale bez mapy bych mohl jít špatným směrem a deset dní nikoho nepotkat.“* Pro jednu respondentku je nejdůležitější aplikace **Airbnb**, je to pro ni nejjednodušší způsob, jak najít ubytování, a to je pro ni prý při cestování nejdůležitější.

Autorku dále zajímalo, jakou aplikaci by cestovatelé dali na druhé místo. Na tuto otázku odpověděl každý respondent jinak. Druhou nejdůležitější aplikací jsou pro cestovatelku, která uvedla na prvním místě airbnb **mapy**. Pro ostatní respondenty to jsou **průvodcovské aplikace**, které doporučí cestovatelce, která místa navštívit. **Překladač**, jako pomocník při jazykových bariérách. **Spotify**, což je aplikace pro poslech hudby či podcastů a pro jednoho respondenta **taxi aplikace**, které se liší podle místa.

Zhodnocení využívaných kategorií aplikací vzhledem k fázi cesty

V rozhovorech byla dále položena otázka, zda si cestovatelé zajišťují vše předem, myšleno tím bylo ubytování a pronájem vozu. Všichni respondenti odpověděli, že ubytování mají zařízené vždy alespoň na první jednu až dvě noci, obzvláště pokud cestují daleko do nějaké exotické země. V případě Evropy se to liší, pokaždé záleží na charakteru cesty. Dále se všichni dotázání shodli, že pokud si v destinaci pronajímají auto, je vždy lepší a levnější si pronájem zajistit dopředu.

„Ubytování na první dvě noci si zařídím dopředu, ale zbytek už řeším na místě podle situace. Když se jedná o pronájem vozidla, tak to si zajišťuji předem.“

Další otázka byla zaměřená na získávání informací před cestou. Cílem bylo zjistit, z jakých zdrojů cestovatelé čerpají informace, když se rozhodují, kam pojedou. Co všechno je nutné mít, znát nebo která místa navštívit.

Častou odpovědí jsou **cestovatelská fóra** (3 z 5) například Hedvábná stezka, vyhledávání hesel na **Google** (4 z 5), např. top 20 míst, které navštívit v Číně. **Web Ministerstva zahraničních věcí** (3 z 5), odkud čerpají převážně informace o bezpečnosti a potřebných očkováních. **Facebookové skupiny** (1 z 5), kde jsou prakticky a lidsky podané informace. Doporučení od **přátel a známých** (3 z 5). **Tištění průvodci** (1 z 5) a cestovatelská videa na **YouTube** pro získání inspirace (1 z 5).

Ve **fázi plánování** cestovatel hledá informace a jak je již zmíněno výše, cestovatelé si hledají informace z různých zdrojů, ale nejedná se primárně o mobilní aplikace. Využit se dají v této fázi srovnávače cen letenek.

Ve **fázi booking** jde hlavně o rezervaci a koupi, z výsledků tedy vychází, že v této fázi cestovatelé využívají aplikace jednotlivých leteckých společností pro koupi letenek a aplikace pro pronájem vozidla. Dále v této fázi cestující využívají aplikace na ubytování, jak z rozhovorů vyplynulo, 5 z 5 respondentů si zajišťuje ubytování na prvních pár nocí předem.

Z rozhovorů dále vyplynulo, že při **samotné cestě** cestovatelé nejvíce používají mapy, aplikace pro vyhledávání a rezervaci ubytování, aplikace pro překlad jazyka a uchovávání dokladů.

Názorný příklad praktického využití mobilních aplikací na základě zkušenosti autorky při cestě na Srí Lanku

Tato část se zabývá názornou ukázkou použití aplikací a chytrých technologií při cestě na Srí Lanku, kterou autorka podnikla na přelomu července a srpna 2019.

Při výběru destinace byla inspirace hledána pomocí vyhledávače Google, pročitány diskuse na cestovatelských fórech a shlédnuty zajímavé cestovatelské vlogy na YouTube, dále byla Srí Lanka doporučena známými, která ji již navštívili. Po zvolení destinace bylo potřeba zjistit veškeré informace pro cestu do země. K tomu posloužil web ministerstva zahraničních věcí České republiky, kde byly čerpány informace o očkováních a bezpečnostní situaci v zemi. Důležitým zdrojem informací byl také tištěný průvodce Lonely Planet, kde jsou pro autorku důležité hlavně informace o kultuře a historii dané země. Při plánování míst k navštívení byla použita aplikace Tripadvisor a díky recenzím od cestovatelů z této aplikace sestaven přibližný itinerář cesty.

V plánu bylo po příletu do hlavního města Colomba přejet vlakem ho horského města Kandy potom dále na sever autobusem k hoře Sigyria, potom dál na sever k moři na Nilaveli beach. Následně bylo v plánu přejet po východním pobřeží do hor v Elle, ale díky pomoci místních byla zvolena cesta zpět do Kandy a následně vlakem do Elly. Cesta pokračovala dál z Elly na jihovýchod autobusem do národního parku Udawalawe, další přesun byl na jih ostrova do Mirissy. Z Mirissi pokračovala cesta

podél jihovýchodního pobřeží vlakem do Negomba, kde se poblíž nachází letiště, ze kterého se odlétalo zpět.

Ve fázi booking byly zakoupeny Letenky přes srovnávač letenek **Pelikán** necelý měsíc před odjezdem. Dále bylo zarezervováno ubytování přes aplikaci Booking.com na první noc v Colombu, městě příletu. Díky diskusím na internetu autorka přišla na aplikaci **PickMe**, která bude popsána později.

Check in před odletem byl proveden přes aplikaci **AirArabia**, což je letecká společnost, se kterou se letělo tam i zpět. Letenky byly uchovány jak v papírové verzi, tak i elektronické v **Apple wallet** a aplikaci AirArabia.

Po příletu do destinace bylo potřeba se dopravit z letiště do hotelu, pro tuto cestu byl zvolen autobus a následně tuk-tuk. Komunikace s řidičem ale byla obtížná, protože neuměl anglicky. Proto se autorka rozhodla zkusit aplikaci PickMe, o které se dozvěděla na internetové diskusi. Jedná se o taxi aplikaci pro tuk-tuky ale i osobní vozidla, do aplikace se zadá cílová adresa a následně se zvolí preferované vozidlo. Zákazníkovi se ukáže přibližná cena a po potvrzení přijede nejbližší řidič díky GPS přesně na místo, kde zákazník stojí. Řidič následně v aplikaci potvrdí začátek cesty a po skončení se v aplikaci ukáže cena za jízdu a zároveň cestující může ohodnotit řidiče. Aplikace PickMe byla jedna z nejdůležitějších na této cestě, protože ušetřila hodně dohadování ohledně ceny a zároveň nedorozumění při sdělování adresy řidičům, kteří většinou neuměli anglicky.

Při hledání nejbližšího supermarketu, stánků a restaurací s jídlem byla použita aplikace **mapy Google** a **Tripadvisor**.

Při přepravování z místa na místo byla používána aplikace PickMe a při delších cestách autobusem nebo třeba cestě vlakem trvajícím i více než 4 hodiny byly použity mapy Google, pro zjištění přesné polohy. Pro skoro všechna ubytování na celém ostrově byla použita aplikace booking.com. Pouze v některých případech bylo ubytování domluveno přímo u majitele ubytování.

S hledáním, kterou restauraci navštívit a jak vypadá jídelní lístek, pomáhala aplikace Tripadvisor. Stejně tak i s místy, která navštívit, či které výlety podniknout. Jako například návštěvy čajových plantáží a čajové továrny, kurzu vaření a návštěvy safari. V některých případech byly na Tripadvisoru hledány i recenze na ubytování. Pro překlad názvů a příchutí výrobků v obchodech byl využíván **Google překladač**. Na této cestě byla využita i aplikace s předpovědí počasí. V monzunových obdobích je počasí celkem nepředvídatelné a mění se z hodiny na hodinu. Aplikace se hodila při pobytu u moře na Nilaveli beach, kdy předpověď na následující týden byla deštivá, a proto nemělo smysl setrvávat u moře a díky předpovědi byl zvolen přejezd na jiné místo na ostrově, kde bylo počasí slunečné.

Pro orientaci na výletech ve Srílanských horách byly využívány **Google mapy**, **Mapy.cz**, které skvěle fungují offline, a ojedinele **Apple mapy**. Další kategorií aplikací, která není přímo cestovatelská, je internetové bankovníctví. Díky aplikaci **Equa bank** bylo možné ihned detekovat problém při výběru peněz z bankomatu a díky okamžitému řešení problému nevznikla žádná škoda.

6 Shrnutí výsledků a diskuse

V této kapitole budou shrnuty výsledky a provedena syntéza výsledků z teoretické části a výsledků z vlastního výzkumu.

Individuální cestování je podle Cbi (Molgo a ETFI, 2020) způsob cestování, kdy si cestující plánují své vlastní cesty, volí si destinace a místa návštěvy podle svých vlastních preferencí. Jedná se podle nich o opak masového turismu, cestovatelé, kteří cestují individuálně nechtějí následovat davy, chtějí jít vlastní cestou a svým vlastním tempem. Lin, Juan a Lin (2020) tvrdí, že individuální cestovatelé necestují se skupinovými zájezdy, tito cestovatelé si téměř vždy navrhují své vlastní itineráře a připravují si vlastní cestovní plány.

Tyto definice potvrzují i výsledky rozhovorů, kdy všichni respondenti uvedli, že důvodem, proč cestují individuálně, je flexibilita. Chtějí poznávat lidi a kulturu, sami

si určit co navštíví, kolik času na místě stráví a podle okolností si přizpůsobit plán cesty.

Dalším důvodem, který cestovatelé uvedli, je cena. Všichni dotázaní se shodli, že cestování individuálně je levnější. Cena je také důležitým faktorem pro "baťůžkáře", jedná se o podskupinu individuálních cestovatelů a podle Tsaur, Yen a Chen (2010) jsou charakterizováni jako cestovatelé s velkým batohem, usilující o hluboké zážitky a utrácující méně peněz.

Mezi největší výhody, které individuální cestování nabízí, je flexibilita a volnost, jedná se o nejdůležitější důvody, proč někteří lidé volí tento druh cestování. Naopak největší nevýhoda je zdlouhavé a náročné zařizování, cestovatel si musí zjistit spoustu informací, zarezervovat si ubytování, letenky, sjednat pojištění či pronajmout vůz a celý tento proces zabere spoustu času.

Při tomto druhu cestování se cestovatelé většinou mohou spolehnout jen sami na sebe. V dnešní době chytrých technologií ale mají pomoc pořád při sobě. Individuální cestovatelé, kteří používají mobilní aplikace, vidí jako jejich hlavní přínos zjednodušení cesty. Jak dokládají slova jedné cestovatelky: *„Člověk, když si potřebuje poradit nebo něco zjistit, tak může kliknout a během chvíle ví skoro všechno.“*

Lin, Juan a Lin (2020) tvrdí, že Smartphony mohou poskytnout cestovatelům lepší přístup k informacím o cestování, mohou získat také cestovatelskou inspiraci z fotografií, videí a recenzí online. Podle nich (Lin, Juan a Lin, 2020) chtějí cestovatelé pomocí mobilních technologií a aplikací ušetřit čas a být efektivnější, chtějí větší kontrolu nad svými zážitky z cestování s větším důrazem na vlastní rozhodování během cest.

Respondenti se shodli v tom, že nevidí používání aplikací při cestování jako negativum. 3 z 5 ale uvedli, že používání telefonu při cestování odvádí pozornost od okolního světa. Fernández-Cavia et. al. (2020) uvádí podle Kang et. al. (2020, cit. in Fernández-Cavia et. al. 2020), že podle dat 4 z 5 turistů prohlásilo, že byli během cesty připojeni na internet, a že 87 % z nich v určitém okamžiku používalo chytrý

telefon, což potvrzuje ústřední roli, kterou tato zařízení v současné době hrají během cestovatelského zážitku.

Toto potvrzuje i průzkum Travelport Digital Traveler z roku 2018 (Travelport 2018), který ukázal, že téměř dvě třetiny lidí používají své mobilní telefony v každé fázi své cesty. 3 z 5 respondentů si dokážou představit cestu bez chytrého mobilu zpravidla protože už takovou cestu v minulosti zažili, ale cestovat bez chytrých technologií už nechtějí. 2 respondenti si takovou cestu vůbec představit nedokážou.

Z deseti vybraných kategorií cestovních mobilních aplikací jsou následující kategorie nejvíce využívané respondenty:

- aplikace pro vyhledávání a rezervaci ubytování
- aplikace jednotlivých leteckých společností a srovnávače letenek
- mapy
- aplikace pro překlad jazyka
- aplikace uchovávající doklady

Tyto výsledky potvrzuje i průzkum společnosti Travelport z roku 2018 (Travelport 2018), kde průměrný cestovatel používá ve volném čase v USA sedm až osm různých aplikací. 52 % z dotázaných tohoto průzkumu používá mapy, 51 % počasí a 50 % aplikace leteckých společností, 63 % pravidelně používá aplikace k hledání a rezervaci letenek.

Mezi respondenty nejvíce využívané aplikace patří **Google mapy**, které se dají podle respondentů prohlížet jak v mobilní aplikaci, tak přes internetový prohlížeč, nabízí také doporučení míst vhodných k navštívení tzv. „POIs“ (z anglického points of interest), tuto funkci využívá jedna respondentka k hledání restaurací v okolí.

Z kategorie aplikací pro vyhledávání a rezervaci ubytování z výsledků vyplývá, že **Booking.com** a **Airbnb** jsou dvě nejvíce využívané aplikace. Přes obě je možné rezervovat a vyhledávat ubytování, booking.com je zaměřený spíše na hotely a

hostely a Airbnb na krátkodobý ale i dlouhodobý pronájem pokojů, bytů, domů, vil a apartmánů. Navíc nabízí ještě rezervaci výletů a zážitků.

Mezi důležitou aplikaci pro respondenty patří i **Google překladač**, který pomáhá při jazykových bariérách.

Z výsledků nelze vybrat nejvíce využívanou aplikaci z kategorie vyhledávání a rezervace letenek, protože dotázaní cestovatelé využívají aplikace jednotlivých aerolinek, kterých je velké množství. Jako chytrá strategie se při výběru letenek jeví použití srovnávačů cen letenek jako je například **Skyscanner**, následně rezervaci letenky přes aplikaci vybrané letecké společnosti. Tímto způsobem lze podle dotázaných sbírat cestovatelské míle/body či získat výhody například v podobě letištního salónku v ceně.

Z pohledu fází cesty dotázaní cestovatelé při **plánování** nepoužívají primárně aplikace. Díky širokému používání internetu získala podle Tuclea et. al. (2020) sociální média důležitou roli v cestovatelských aktivitách, a to jak u cestovatelů, tak i u poskytovatelů. Sociální média dále podle nich umožňují cestovatelům přístup k informacím ale i generování obsahu. Také tvrdí, že cestovatelé hledají nejkompexnější informace o destinaci s cílem minimalizovat riziko a nejistotu ohledně kvality služeb a bezpečnosti. Shromažďují informace o destinacích, nabídkách dopravy a ubytování, porovnávají ceny a služby a prohledávají fotografie a videa z těchto destinací.

V této fázi se dají využít srovnávače cen letenek a recenzní aplikace jako je například **Tripadvisor**, která doporučí, jaká místa navštívit. Důležitým zdrojem informací při procesu plánování je podle respondentů používání internetového vyhledávače Google, dále informace z cestovatelských fór, informace od známých a přátel a také doporučení z webu ministerstva zahraničních věcí. Jak dokládá i Lam et. al. (2020), který ve své práci tvrdí, že podle studií je prokázáno, že cestující stále více spoléhají na recenze od ostatních cestovatelů, kteří již dříve navštívili destinaci.

Filieri (2015) uvádí, že 80 % online uživatelů plánovalo dovolenou online, navštívilo více než 20 webových stránek a v průměru více než 2 hodiny strávilo hledáním cestovních informací prostřednictvím sociálních médií. Podle Zhang et. al. (2018) současní cestovatelé studují recenze nebo komentáře ostatních cestujících na cestovatelských fórech, blozích o cestování nebo na platformě sociálních médií.

Jamal a Habib (2019) tvrdí, že používání mobilních aplikací při plánování cesty může mít také dopad na celou cestu tím, že cestující navštíví více nových míst a zúčastní se výletů ve skupinách a společenských setkání.

Ve fázi **booking**, která se skládá z rezervace a zakoupení cestovatelé už využívají větší množství aplikací. Jde především o aplikace jednotlivých leteckých společností, aplikace pro pronájem vozidla a aplikace pro ubytování.

Z výsledků jednoznačně vyplývá, že pro skupinu dotázaných jsou mobilní aplikace nejvíce využívané na **samotné cestě**. Mapy potom hrají ústřední roli v této fázi. Respondenti byli dotázáni, jakou aplikaci, pokud by měli místo jen na jednu, by si na cestu stáhli a 4 z 5 dotázaných zvolili právě mapy. „Mapa je to nejdůležitější, co potřebuji abych se zorientoval v prostoru, abych věděl, kam jdu a co mě čeká“, řekl jeden z dotázaných. Mimo mapy potom cestovatelé na cestě využívají aplikace pro vyhledávání a rezervaci ubytování, aplikace pro překlad jazyka a aplikace pro uchovávání dokladů.

Phaosathianphan a Leelasantitham (2020) se ve své práci odkazují na Světovou organizaci cestovního ruchu (UNWTO) a Globální výzkumné středisko pro ekonomiku cestovního ruchu (GTERC), kteří ve své výroční zprávě za rok 2017 uvedly, že turisté mění své cestovní chování směrem k používání ICT (informační a komunikační technologie) pomocí svých smartphonů, tabletů a osobních počítačů za účelem vyhledávání informací o cestovním ruchu, plánování výletu, zakoupení letenky, rezervace ubytování, navigace do cíle, hledání restaurací a nákupních center a sdílení fotografií na jejich sociální média prostřednictvím několika inteligentních cestovních aplikací, jako jsou Skyscanner, Agoda, Grab, Uber, Airbnb, Eatigo a další.

Kim, Bae a Jeon (2019) ve své práci uvádí, že mezinárodní cestovní záměry v roce 2018 ukázaly, že cestovatelé většinou upřednostňovali individuální cestování (53 %) před zájezdem s cestovní kanceláří (18,8 %). Pan a Wang (2018) toto potvrzují, podle nich přitahuje individuální cestování stále více cestovatelů všech věkových skupin, především díky ekonomickému rozvoji a zlepšování života lidí a díky flexibilitě a dalším možnostem přizpůsobení ve srovnání se skupinovými zájezdy.

7 Závěry a doporučení

V bakalářské práci je vysvětleno, co je individuální cestování, proč někteří lidé volí individuální cestování před cestováním s balíčkem cestovní kanceláře. Také je charakterizován individuální cestovatel a je poukázáno na možné výhody a nevýhody tohoto cestování. Výsledky týkající se individuálního cestování se shodují s literaturou, cestovatelé cestují individuálně hlavně kvůli flexibilitě a volnosti, kterou jim tento druh cestování nabízí.

Mobilní cestovní aplikace jsou rozděleny do deseti kategorií podle zaměření a jsou uvedeny příklady aplikací z těchto kategorií. Je zde objasněn význam mobilních aplikací pro individuální cestovatele a využití cestovních aplikací v různých fázích cesty. Zde se také výsledky shodují s literaturou, mezi nejvíce používané kategorie aplikací patří mapy, aplikace pro rezervaci ubytování a aplikace pro rezervaci a vyhledávání letenek.

Tato bakalářská práce mimo jiné nabízí názorný příklad využití cestovních mobilních aplikací v praxi při cestě na Srí Lanku. Je zde také poukázáno na trend používání chytrých technologií v cestovním ruchu. Některé dílčí kroky byly zodpovězeny na základě autorčina shrnutí, některé na základě výzkumu, něco na základě studia odborné literatury a analýzy zdrojů.

Výsledky této práce jsou značně limitované množstvím respondentů. Pro toto téma by bylo vhodné udělat rozsáhlé dotazníkové šetření pro zjištění většího množství konkrétních aplikací, které cestovatelé používají.

8 Seznam použité literatury

1. Airbnb. 2021. Airbnb Vacation rentals and Experiences. [cit. 23.3.2021]
Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/airbnb/id401626263?l=cs>
2. Apple. 2021. Apple Wallet. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/apple-wallet/id1160481993?l=cs>
3. Boes, K., Borde, L., a Egger, R. 2015a. The Acceptance of NFC Smart Posters in Tourism. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism*, pp. 435–448
4. Boes, K., Buhalis, D., a Inversini, A. 2015b. Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism*, 391–403.
5. Bolt Technology OU. 2021. Bolt: Odvoz Autem a Koloběžky. [cit. 23.3.2021]
Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/bolt-odvoz-autem-a-kolobezky/id675033630?l=cs>
6. Bolt Technology. 2021. Bolt: Odvoz Autem a Koloběžky. [cit. 23.3.2021]
Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ee.mtakso.client&hl=cs&gl=US>
7. Booking.com. 2021. Už máte cestovatelskou aplikaci číslo jedna? [cit. 20.1.2021] Dostupné online: <https://www.booking.com/apps.cs.html>
8. Booking.com. 2021a. Booking.com: Hotels and Travel. [cit. 23.3.2021]
Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/booking-com-hotels-travel/id367003839?l=cs>
9. Buhalis, D. 2003. eTourism: Information technology for strategic tourism management. Pearson Education.
10. Condor ferries. 2020. Online travel booking statistics 2020. [cit. 19.11.2020]
dostupné online: <https://www.condorferries.co.uk/online-travel-booking-statistics>

11. Fernández-Cavia, J., Vinyals-Mirabent, S., Fernández-Planells, A., Weber, W. Pedraza-Jiménez R. 2020. Tourist information sources at different stages of the travel experience. *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290219, doi: 10.3145/epi.2020.mar.19
12. Filieri, R. 2015. Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management*, 51: 174–185, doi: 10.1016/j.tourman.2015.05.007
13. Google LLC. 2021. Mapy Google. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.maps&hl=cs&gl=US>
14. Google LLC. 2021a. Mapy Google – Tranzit a jídlo. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/mapy-google-tranzit-a-j%C3%ADdlo/id585027354?l=cs>
15. Google LLC. 2021b. Překladač Google. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.translate&hl=cs&gl=US>
16. Google LLC. 2021c. Překladač Google. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/překladač-google/id414706506?l=cs>
17. Gretzel, U. 2011. Intelligent systems in tourism: a social science perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3):757–779, doi: 10.1016/j.annals.2011.04.014
18. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. and Koo, C. 2015. Smart tourism: foundations and developments. *Electron Markets*, 25:179–188, doi: 10.1007/s12525-015-0196-8.
19. Höjer, M., and Wangel, J. 2015. Smart Sustainable Cities: Definition and Challenges. *ICT Innovations for Sustainability, Advances in Intelligent Systems and Computing, Springer*, 333–349, doi: 10.1007/978-3-319-09228-7_20.

20. Huang, C.D., Goo, J., Nam, K. and Yoo, C.W. 2017. Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation, *Information & Management*, 54(6):757-770, doi: 10.1016/j.im.2016.11.010.
21. Huang, N. 2019. Top mobile travel stats for hotels in 2019. Pegasus [cit. 19.11.2020] dostupné online: <https://www.pegs.com/blog/essential-mobile-travel-stats-for-hotels-in-2019/>
22. Hwang, J., Park, H. Y., a Hunter, W. C. 2015. Constructivism in smart tourism research: Seoul destination image. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1):163–178, doi: 10.14329/apjis.2015.25.1.163
23. Hyde, K. F. and Lawson, R. 2003. The Nature of Independent Travel, *Journal of Travel Research*, 42(1):13–23, doi: 10.1177/0047287503253944.
24. Christoff, J. 2018. Travelers increasingly rely on mobile apps when traveling. Travel pulse. [cit. 19.11.2020] dostupné online: <https://www.travelpulse.com/news/travel-technology/travelers-increasingly-rely-on-mobile-apps-when-traveling.html>
25. iTranslate. 2021. iTranslate Translator & Dictionary. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=at.nk.tools.iTranslate&hl=cs&gl=US>
26. iTranslate. 2021a. iTranslate Překladatel. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/itranslate-překladatel/id288113403?l=cs>
27. Jamal, S. and Habib, M.A. 2020. Smartphone and daily travel: How the use of smartphone applications affect travel decisions, *Sustainable Cities and Society*, 53: 101939, doi: 10.1016/j.scs.2019.101939.
28. Jet, J. 2017. Do people still use a travel agency? Forbes. [cit. 13.11.2020] dostupné online: <https://www.forbes.com/sites/johnnyjet/2017/11/06/do-people-still-use-a-travel-agency/>

29. Kang, S; Jodice, L.W.; Norman, W.C. 2020. How do tourists search for tourism information via smartphone before and during their trip? *Tourism recreation research*, 45(1):57-68, doi: 10.1080/02508281.2019.1627076
30. Kim, H.S., Bae, H.J. and Jeon, M.H. 2019. Continuous Intention on Accommodation Apps: Integrated Value-Based Adoption and Expectation-Confirmation Model Analysis. *MDPI sustainability*, 11:1578, doi: 10.3390/su11061578
31. Lam, J.M.S., Ismail, H., Lee, S. 2020. From desktop to destination: User-generated content platforms, co-created online experiences, destination image and satisfaction, *Journal of Destination Marketing and Management*, 18, doi: 10.1016/j.jdmm.2020.100490
32. Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A., a Torres-Manzanera, E. 2015. Smart tourism destinations: An extended conception of smart cities focusing on human mobility. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism*, 363–375
33. Lin, S-Y., Juan, P-J. and Lin, S-W. 2020. A TAM Framework to Evaluate the Effect of Smartphone Application on Tourism Information Search Behavior of Foreign Independent Travelers. *Sustainability*, 12(22):9366, doi: 10.3390/su12229366
34. Lonely Planet Global, Inc. 2021. Guides by Lonely Planet. [cit. 27.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/guides-by-lonely-planet/id1045791869?l=cs>
35. Lonely Planet. 2021. Guides by Lonely Planet. [cit. 27.3.2021] Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lonelyplanet.guides&hl=cs&gl=VN>
36. MAPS.ME. 2021. Maps.me — not just an app but a friend in all your adventures. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://maps.me/app/>

37. Mezhevikin, A. 2021. Převodník měn – Kurzy měn. [cit. 23.3.2021] Dostupné online:
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mezhevikin.converter&hl=cs&gl=US>
38. Mezhevikin, A. 2021a. Převodník měn - Kurzy měn. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/převodn%C3%ADk-měn-kurzy-měn/id1457309557?l=cs>
39. Molgo a ETFI. 2020. The European market potential for FIT tourism. [cit. 10.1.2020] dostupné online: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/free-independent-travellers-fits/market-potential>
40. Pan, Q. and Wang, X. 2018. Independent travel recommendation algorithm based on analytical hierarchy process and simulated annealing for professional tourist. *Applied Intelligence*, 48(6):1565–1581, doi: 10.1007/s10489-017-1014-0.
41. Phaosathianphan, N., Leelasantitham. 2020. A plenary free individual traveler life cycle for assessment of adoption intelligent travel assistant, *Heliyon*, 6(7), doi: 10.1016/j.heliyon.2020.e04428
42. Seznam.cz, a.s. 2021. Mapy.cz. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=cz.seznam.mapy>
43. Seznam.cz, a.s. 2021a. Mapy.cz. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/mapy-cz/id411411020?l=cs>
44. Skyscanner. 2021. Skyscanner – flights, hotels, car hire. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=net.skyscanner.android.main&hl=cs&gl=US>
45. Skyscanner. 2021a. Skyscanner – travel deals. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/skyscanner-travel-deals/id415458524?l=cs>
46. SmartGuide s.r.o. 2021. SmartGuide – Váš průvodce na cestách v mobilu. [cit. 27.3.2021] Dostupné online:

- https://play.google.com/store/apps/details?id=org.smart_guide.smartguide.T_00007&hl=cs&gl=VN
47. SmartGuide s.r.o. 2021a. SmartGuide travel guide & map. [cit. 27.3.2021]
Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/smartguide-travel-guide-map/id318062323?l=cs>
48. Smith, G. 2019. How to travel. [cit. 14.11.2020] dostupné online:
<http://www.travelindependent.info/how-to-start-travel-backpacking.htm>
49. STOLMO LIMITED. 2021. MAPS.ME – offline mapy. [cit. 23.3.2021] Dostupné online:
<https://apps.apple.com/cz/app/maps-me-offline-mapy/id510623322?l=cs>
50. Toniuk, K. 2019. Top 10 navigation apps for traveling abroad. [cit. 23.1.2020] Dostupné online: <https://www.keepgo.com/blogs/articles/top-10-navigation-apps-for-traveling-abroad>
51. TravelPort. 2018. 2018 Global Digital Traveler Research. [cit. 19.11.2020] dostupné online:
https://img06.en25.com/Web/Travelport/%7Bc27da7a1-a0e3-45b0-aaa2-1b38f5fd3c69%7D_GDTR-12thNov-FINAL.pdf?elqTrackId=5E2A65DB16250893DF1FD737D8935275&elqaid=3340&elqat=2
52. Tripadvisor. 2016. The four booking behaviours driving travellers. [cit. 10.1.2020]. Dostupné online:
https://www.tripadvisor.co.uk/TripAdvisorInsights/w797?m=21588&awaid=85386&awgid=0&awbid=0&awcr=jgwe2m44z7015pgz01t8v&awc=5986_1525706190_5613fe6f208cfaca800a820de6cafd6d
53. Tripadvisor. 2021. Tripadvisor: hotely, lety, restaurace. [cit. 27.3.2021] Dostupné online:
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tripadvisor.tripadvisor&hl=cs&gl=VN>

54. Tripadvisor. 2021a. Tripadvisor Hotely Restaurace. [cit. 27.3.2021]
Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/tripadvisor-hotely-restaurace/id284876795?l=cs>
55. Tsaur, S.H., Yen, C.-H. and Chen, C.-L. 2010. Independent tourist knowledge and skills, *Annals of Tourism Research*, 37(4): 1035-1054, doi: 10.1016/j.annals.2010.04.001.
56. Țuclea, C.-E.; Vrânceanu, D.-M.; Năstase, C.-E. 2020. The Role of Social Media in Health Safety Evaluation of a Tourism Destination throughout the Travel Planning Process. *Sustainability*, 12: 6661. doi: 10.3390/su12166661
57. Uber Technologies, Inc. 2021. Uber Technologies, Inc. [cit. 23.3.2021]
Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ubercab&hl=cs&gl=US>
58. Uber Technologies, Inc. 2021a. Uber – Request a ride. [cit. 23.3.2021]
Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/uber-request-a-ride/id368677368?l=cs>
59. Werthner, H., a Ricci, F. 2004. E-Commerce and Tourism. *Communications of the ACM*, 47(12):101–105.
60. Windyty SE. 2021. Windy.com - Weather Radar, Satellite and Forecast. [cit. 23.3.2021]
Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.windyty.android&hl=cs&gl=US>
61. Windyty SE. 2021a. Windy.com. [cit. 23.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/windy-com/id1161387262?l=cs>
62. Yelp, Inc. 2021. Yelp. [cit. 27.3.2021] Dostupné online: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.yelp.android&hl=cs&gl=VN>
63. Yelp, Inc. 2021a. Yelp Food, Delivery and Services. [cit. 27.3.2021] Dostupné online: <https://apps.apple.com/cz/app/yelp-food-delivery-services/id284910350?l=cs>

64. Zhang, H. et al. 2018. Experience Value Cocreation on Destination Online Platforms, *Journal of Travel Research*, 57(8):1093–1107. doi: 10.1177/0047287517733557.
65. Buhalis, D., a Law, R. 2008. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet, The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4):609– 623.
66. Wang, D., Park, S., a Fesenmaier, D. 2012. The role of smartphones in mediating the tourism experience. *Journal of Travel Research*, 51(4):371– 387.
67. Sigala, M., Christou, E., a Gretzel, U. (Eds.). 2012. Social media in travel, tourism and hospitality: Theory, practice and cases. Ashgate Publishing, Ltd.
68. Morrison, A. M., S. Hsieh, and J. T. O’Leary. 1993. “Travel Arrangement Classifications for European International Travellers.” In Spoilt for Choice: Decision Making Processes and Preference Changes of Tourists: Proceedings of the Institute of Tourism and Service Economics International Conference, November, University of Innsbruck, edited by R. V. Gasser and K. Weiermair. Thaur, Germany: Kulturvel, pp. 221-35.

Zadání bakalářské práce

Autor: Tracy Azubuike
Studium: I1700458
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Management cestovního ruchu
Název bakalářské práce: **Mobilní aplikace v cestovním ruchu**
Název bakalářské práce A): Mobile applications in tourism

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Dle platného znění děkanského výnosu Pokyny pro vypracování závěrečných bakalářských prací, v souladu s doporučeními v předmětu MES v LMS Blackboard.

Cíl práce:

Cílem práce je zjistit jaký význam a využití mají cestovní aplikace pro cestovatele při individuálním cestování.

Osnova:

1. ÚVOD
2. CÍL PRÁCE
3. METODIKA ZPRACOVÁNÍ
- 3.1 METODY SBĚRU DAT
4. TEORETICKÁ ČÁST
- 4.1. INDIVIDUÁLNÍ CESTOVÁNÍ
- 4.2.CESTOVNÍ MOBILNÍ APLIKACE
5. PRAKTICKÁ ČÁST
6. VÝSLEDKY A DISKUZE
7. ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ
8. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY
9. PŘÍLOHY

TROUSIL, M.; JAŠÍKOVÁ V. Úvod do tvorby odborných prací. 2. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 240 s. ISBN 978-80-7435-542-4

ZELENKA, J.; PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu - kompletně přepracované a doplněné 2. vydání. Praha: Linde, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2

ScienceDirect.com, 2020 [online]. Dostupné z <https://www.sciencedirect.com/>.

HYDE, K. F. and LAWSON, R. (2003) 'The Nature of Independent Travel', *Journal of Travel Research*, [online]. Dostupné z: [10.1177/0047287503253944](https://doi.org/10.1177/0047287503253944).

JAMAL, S.; HABIB, M. A., 2020. *Smartphone and daily travel: How the use of smartphone applications affect travel decisions. Sustainable cities and society* [online]. 08.11.2019, (53). Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101939>

Garantující pracoviště: Katedra rekreologie a cestovního ruchu,
Fakulta informatiky a managementu

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

Oponent: prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.

Datum zadání závěrečné práce: 15.10.2020