

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102004/B/2023/36145173624153348

**SPOTREBITEĽSKÉ SPRÁVANIE CESTUJÚCICH
V LETECKEJ DOPRAVE**

Bakalárska práca

2023

Oliver Chlpík

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

SPOTREBITEĽSKÉ SPRÁVANIE CESTUJÚCICH
V LETECKEJ DOPRAVE

Bakalárska práca

Študijný program: podnikanie v cestovnom ruchu a službách
Študijný odbor: ekonómia a manažment
Školiace pracovisko: katedra cestovného ruchu
Vedúci záverečnej práce: Ing. Alexander Frasch, PhD.

Bratislava 2023

Oliver Chlpík

Čestné vyhlásenie

Čestne prehlasujem, že bakalársku prácu s názvom Spotrebiteľské správanie cestujúcich v leteckej doprave som vypracoval samostatne pod vedením školiteľa Ing. Alexander Frasch, PhD.; zároveň prehlasujem, že všetku literatúru a podkladové materiály použité v bakalárskej práci sú uvedené v zozname použitej literatúry a ďalej, že viazaná podoba a elektronická podoba je zhodná.

.....

Miesto a dátum

.....

Oliver Chlpík

Pod'akovanie

Touto cestou by som sa chcel poďakovať môjmu školiteľovi Ing. Alexandrovi Fraschovi, PhD. za spoluprácu a dobré rady počas práci na mojej bakalárskej práci. Ďalej by som sa chcel poďakovať mojej rodine a priateľom za všetku podporu, ktorú mi poskytovali počas celého času práce na bakalárskej práci.

ABSTRAKT

CHLPÍK, Oliver: *Spotrebiteľské správanie cestujúcich v leteckej doprave*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra cestovného ruchu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Alexander Frasch, PhD. – Bratislava: OF EU, 2023, 65 s.

Záverečná práce je vypracovaná na tému Spotrebiteľské správanie cestujúcich v leteckej doprave. Cieľom záverečnej práce bolo na základe analýzy výsledkov dotazníkového prieskumu identifikovať špecifiká spotrebiteľského správania cestujúcich pri výbere leteckej dopravy. Jednotlivé časti záverečnej časti boli zamerané na teoretické východiská a praktickú časť. Kde teoretická časť obsahovala súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí, ciele práce a praktická časť metodiku práce a metódy skúmania. Analýzou a abstrakciou sme vysvetlili jednotlivé pojmy a definície v teoretickej časti. Pomocou odpovedí z dotazníka sme analyzovali jednotlivé výsledky a zostavili vyhodnotenie. Výsledkom riešenia danej problematiky je vyhodnotenie a analyzovanie výsledkov, pričom ako najdôležitejší faktor, ktorý má vplyv na spotrebiteľské správanie je cena letenky v spojitosti s nízkonákladovosťou. Ďalej tam môžeme zaradiť platené doplnkové služby, ktoré zvyšujú pohodlie a zážitok cestujúcich počas letu. Porovnanie vzťahu medzi najdôležitejšími faktormi určujúcimi spotrebiteľské správanie a vekom respondenta a následné sledovanie ich zmien predovšetkým v zmene typu leteckého dopravcu, kde s rastúcim vekom cestujúceho nastáva aj zmena preferencie z nízkonákladového na klasického alebo charterového dopravcu. V prípade iných sledovaných závislostí, nebola zmena podmienená vekom respondentu.

Kľúčové slová:

letecká doprava, cestovný ruch, spotrebiteľské správanie, cestujúci

ABSTRACT

CHLPÍK, Oliver: *Consumer behaviour of passengers in air transport*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Tourism. – Thesis supervisor: Ing. Alexander Frasch, PhD. – Bratislava: FoC, 2023, 65 p.

The final thesis is prepared on the topic Consumer behavior of passengers in air transport. The aim of the final thesis was to identify the specifics of the consumer behavior of passengers when choosing air transport, based on the analysis of the results of the questionnaire survey. The individual parts of the final part were focused on the theoretical starting points and the practical part. Where the theoretical part contained the current state of the problem at home and abroad, the goals of the work, and the practical part contained the work methodology and research methods. Through analysis and abstraction, we explained the individual terms and definitions in the theoretical part. Using the answers from the questionnaire, we analyzed the individual results and compiled an evaluation. The result of solving the given problem is the evaluation and analysis of the results, while the most important factor that affects consumer behavior is the price of the ticket in connection with low cost. We can also include paid additional services that increase the comfort and experience of passengers during the flight. Comparison of the relationship between the most important factors determining consumer behavior and the age of the respondent and the subsequent monitoring of their changes, primarily in the change in the type of air carrier, where as the age of the passenger increases, there is also a change in preference from a low-cost to a classic or charter carrier. In the case of other monitored addictions, the age-related change was not responsive.

Key words:

air transport, tourism, consumer behavior, passengers

Obsah

Úvod	11
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	12
1.1 Letecká doprava ako súčasť cestovného ruchu	12
1.1.1 Letecká doprava v historickom vývoji	15
1.1.2 Výkony v medzinárodnej osobnej leteckej doprave	16
1.1.3 Druhy leteckých dopravcov	19
1.2 Cestujúci v leteckej doprave	22
1.3 Spotrebiteľské správanie cestujúcich v leteckej doprave	24
2 Cieľ práce	28
3 Metodika práce a metódy skúmania	29
4 Výsledky práce a diskusia	30
4.1 Výsledky dotazníkového prieskumu	30
4.1.1 Využívanie leteckej dopravy.....	32
4.1.2 Faktory ovplyvňujúce výber leteckého dopravcu.....	35
4.1.3 Faktory ovplyvňujúce výber, nákup leteniek.....	39
4.1.4 Služby spojené s letenkou a prepravou	41
4.1.5 Vyhodnotenie závislostí medzi vybranými atribútmi a vekom respondenta	45
5 Záver	53
Zoznam použitej literatúry	55
Prílohy	58

Zoznam grafov

Graf 1 – Vývoj objemu prepravených cestujúcich v globálnom meradle	17
Graf 2 – Čistý zisk leteckých spoločností po zdanení v r. 2019 až 2023 v mld. € podľa ich pôvodu	18
Graf 3 – Výnosy a náklady odvetvia leteckej dopravy v rokoch 2016 až 2022 v mld. €	18
Graf 4 – Štruktúra respondentov prieskumu	31
Graf 5 – Preferovaný spôsob dopravy za účelom na účasti na cestovnom ruchu	31
Graf 6 – Frekvencia využívania leteckej dopravy	32
Graf 7 – Účely ciest s využitím leteckej dopravy	33
Graf 8 – Najčastejšie dĺžky letov respondentov	33
Graf 9 – Najčastejšie zdroje informácií ohľadom leteník	34
Graf 10 – Preferovaný typ leteckého dopravcu na základe obchodného modelu	35
Graf 11 – Najčastejšie využívané letecké spoločnosti	36
Graf 12 – Atribúty výberu leteckého dopravcu	37
Graf 13 – Realizácia bookingu letenky	38
Graf 14 – Faktory vplývajúce na spotrebiteľa pri nákupe letenky	39
Graf 15 – Najčastejšie využívaná prepravná trieda	41
Graf 16 – Využívanie príručnej a podpalubnej batožiny	42
Graf 17 – Doplnkové služby zakúpené počas bookingu letenky	42
Graf 18 – Využívané služby na palube lietadla	44

Zoznam schém

Schéma 1 – Navrhovaná klasifikácia činností civilného letectva ICAO	20
Schéma 2 – Spotrebiteľský rozhodovací rámec	25

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 – Vzťah medzi vybranými službami leteckej dopravy a cestovným ruchom	13
Tabuľka 2 – Komparácia klasických a nízkonákladových osobných leteckých dopravcov	21
Tabuľka 3 – Kategorizácia cestujúcich pri vybraných leteckých dopravcoch	23
Tabuľka 4 – Vzťah medzi vekom respondenta a typom leteckého dopravcu	45
Tabuľka 5 – Vzťah medzi vekom respondenta a platenými doplnkovými službami	46
Tabuľka 6 – Vzťah medzi vekom respondenta a cenou letenky	49
Tabuľka 7 – Vzťah medzi vekom respondenta a časom odletu a príletu	49

Tabuľka 8 – Vzťah medzi vekom respondenta a možnosťou priameho letu.....	50
Tabuľka 9 – Vzťah medzi vekom respondenta a výberom letiska v cieľovej destinácii.....	51

Úvod

Chuť ľudí cestovať a spoznávať nové destinácie je základným predpokladom rozvoja cestovného ruchu a s tým aj spojenými službami. Letecká doprava ako najčastejšia voľba prepravy, predovšetkým na dlhšie trasy, bude s rastúcim dopytom po cestovnom ruchu tiež pociťovať tento zvýšený dopyt. Služby leteckých spoločností využívajú ako aj voľnočasoví cestujúci, ktorí cestujú za dovolenkou ale aj obchodní cestujúci, využívajúci tento spôsob dopravy, ako nástroj na dosiahnutie pracovných povinností, prípadne cestujúci smerujúci za rodinou do zahraničia.

Dostupnosť lietania v dnešnej dobe je skoro neobmedzená čo sa týka poskytovaných leteckých spoločností a destinácií, obmedzená je predovšetkým ekonomickou situáciou daného cestujúceho. Pre cestujúceho sú osobné ciele a túžby hnacím motorom po chuti cestovať a objavovať nové miesta a tým spoznávať inú kultúru a formovať si zážitky, ale pre niektorých predstavuje cestovanie životný štýl a nedokážu si už bez tejto možnosti predstaviť každodenný život. S tým spojené spotrebiteľské správanie ako súčasť každého človeka, je veľmi dôležité, nie len v cestovnom ruchu a leteckej doprave, ale aj v každodenných rozhodnutiach. Problematika leteckej dopravy ako súčasti cestovného ruchu a spotrebiteľského správania je komplexný problém vyžadujúci poznatky z každej oblasti a predovšetkým poznanie samotného spotrebiteľa alebo cestujúceho a jeho osobné preferencie pre cestovanie. Je mimoriadne dôležité aj pre samotné letecké spoločnosti, ako hlavných aktérov na trhu leteckej dopravy, poznať preferencie svojich cestujúcich a byť schopný na ne pružne reagovať formou prispôsobenia svojich produktov potrebám svojich klientov.

Letecká doprava ako jeden zo spôsobov dopravy za účelom účasti na cestovnom ruchu je zároveň aj blízka autorovi záverečnej práce, nakoľko daná problematika a osobné skúsenosti poskytovali vhodný zdroj informácií hlavne pri oblasti spotrebiteľského správania a tvorbe dotazníka pre respondentov.

Hlavným cieľom záverečnej práce je na základe analýzy výsledkov dotazníkového prieskumu identifikovať špecifiká spotrebiteľského správania cestujúcich pri výbere leteckej dopravy.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

1.1 Letecká doprava ako súčasť cestovného ruchu

Cestovný ruch patrí medzi veľmi dynamické odvetvia ekonomiky všetkých krajín a má interdisciplinárny charakter. Cestovný ruch je komplexný vedný odbor, ktorý zlučuje súbor aktivít na všetkých úrovniach a to medzinárodnej, národnej a lokálnej. Mal by reflektovať ekonomické, hospodárske, spoločenské a environmentálne postavenie danej krajiny, pričom jeho cieľom by malo byť uspokojiť potreby účastníkov cestovného ruchu a zároveň zabezpečiť, aby dopyt bol efektívny a vedel sa prispôbiť potrebám (Novacká a kol., 2020). Zároveň je potrebné poznamenať, že cestovný ruch je sociálny, kultúrny a ekonomický jav, ktorý predstavuje pohyb ľudí do krajín alebo miesta mimo ich bydliska alebo miesta, kde sa zdržiavajú. Radíme sem či už cesty za rekreáciou, spoznávaním alebo obchodné cesty. Účastníkmi cestovného ruchu sú cestujúci alebo sú označovaní aj ako návštevníci (UNWTO, 2008).

Doprava v cestovnom ruchu je veľmi dôležitá a predstavuje nosný systém turizmu. Doprava bola počas vývoja turizmu vo svete veľkým faktorom jeho dramatického rozvoja, a to už od čias vzniku železníc v Európe. V dnešnej dobe kvalitná dopravná sieť v destináciách podnecuje rozvoj cestovného ruchu a tým aj poskytuje konkurenčnú výhodu oproti ostatným destináciám predovšetkým na medzinárodnej úrovni. Zároveň dobrá dopravná sieť medzinárodných turistických destinácií zvyšuje zážitok turistov z danej destinácie (Dileep & Kurien, 2022).

Na prepravu cestujúcich v začiatkoch 20. storočia bola významná predovšetkým automobilová doprava, ale v druhej polovici 20. storočia dostáva letecká doprava priestor na svoj celkový rozmach, nakoľko je rýchlejšia a poskytuje väčšiu prepravnú kapacitu ako automobilová alebo železničná doprava. V priebehu rokov sa infraštruktúra pre leteckú dopravu značne zlepšila a to spôsobuje, že je viac konvenčná, dostupnejšia a atraktívnejšia ako v minulosti. Za tento stav vďačí aj globalizácií, ktorá bola hnacím motorom rozvoja (Dileep & Kurien, 2022).

Letecká doprava má aj veľký hospodársky význam, keďže poskytuje veľké množstvo pracovných miest. Pracovné miesta poskytuje priamo u leteckých dopravcov, na letiskách a v podnikoch riadenia leteckej prevádzky. Nepriama tvorba pracovných miest je spojená s predovšetkým dodávateľskými spoločnosťami ako sú letecké výrobné, servis, catering. Pracovné miesta, ktoré úzko spolupracujú a majú nadväznosť na leteckú dopravu sú

predovšetkým v spojitosti s cestovným ruchom (hotely, gastronómia a iné) (Pruša a kol., 2008).

Novacká a kolektív (2014) definujú v cestovnom ruchu leteckú dopravu v dvoch signifikantných rovinách a to:

- pravidelná letecká doprava – je organizovaná leteckými spoločnosťami a je určená pre širokú verejnosť. Riadi sa vopred stanoveným letovým poriadkom, ktorý je platný pre určité časové obdobie, kde letecká spoločnosť garantuje, že plánované lety sa uskutočnia,
- nepravidelnú leteckú dopravu – tento typ leteckej dopravy zabezpečujú organizácie, ktoré prevádzkujú formy ako air taxi, charterové lety objednávané cestovnými kancelárkami, prípadne športové a vyhliadkové lety.

Letecká doprava a cestovný ruch majú medzi sebou zložitý a obojstranne fungujúci vzťah. Pričom dobrá letecká dostupnosť destinácií je základnou podmienkou rozvoja mnohých turistických destinácií, predovšetkým tých, ktoré nemajú inú možnosť ako leteckú dopravu. Tento typ dopravy sa ale stáva čoraz viac populárny aj na krátke vzdialenosti. Zvyšujúci rast dopytu po cestovnom ruchu poskytuje nevyhnutný blahobyt pre letecké spoločnosti a celkovú infraštruktúru s tým súvisiacu (Graham & Dobruszkes, 2021).

Podľa autora štúdie Papatheodorou (2021) väčšina služieb leteckej dopravy úzko súvisí s cestovným ruchom, nakoľko v nej existujú typy cestujúcich (obchodní, rekreační a iné kategórie), ktorí vystupujú ako priami účastníci leteckej dopravy a s ňou spojenými službami. Tento vzťah autor vyjadril škálovou hodnotou, výsledky tejto štúdie sú prezentované v Tabuľke 1 pričom najviac sme sa zamerali na oblasti, ktoré sa týkajú cestovného ruchu a cestujúcich:

Tabuľka 1 – Vzťah medzi vybranými službami leteckej dopravy a cestovným ruchom

Sektor	Služby	Vzťah s cestovným ruchom
<i>Komerčná letecká doprava</i>	Pravidelná osobná doprava	5 (O, V, I)
	Charterová letecká doprava	5 (V, I)
	Ad-hoc lety	5 (O)
<i>Všeobecné letectvo</i>	Zážitkové letectvo	5 (V)
<i>Letisko</i>	Služby pre cestujúcich	5 (O, V, I)
	Iné činnosti v oblasti nehnuteľností	5 (O)

	Parkovanie na letisku	5 (O, V, I)
	Služby poskytované na letisku (duty-free obchody, obchody, ...)	5 (O, V, I)
<i>Regulačné funkcie a funkcie verejnej správy</i>	Aeropolitika, hospodárska letecká politika	5 (O, V, I)

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (ICAO, 2019) a (Papatheodorou, 2021)

Autor danej štúdie pracoval na 5 stupňovej škále, pričom hodnota 5 predstavuje veľmi úzky vzťah medzi danou službou a cestovným ruchom, autor ďalej priradil aj jednotlivým službám najčastejších užívateľov danej služby: O – obchodní cestujúci, V – voľnočasoví cestujúci a I – iné kategórie cestujúcich. Najnižšie zistené vzťahy sú v službách zaoberajúcich sa nákladnou dopravou, technickým zabezpečením leteckej dopravy a manažmentom prevádzky, ktoré sme v tabuľke 1 neuvádzali. Z tabuľky 1 je vidieť, že najužší vzťah medzi leteckou dopravou a cestovným ruchom existuje najmä v sektore komerčnej leteckej dopravy a služieb dostupných na letisku. Je to spôsobené faktom, že cestujúci sa s komerčnou leteckou dopravou stáva spotrebiteľom základných služieb cestovného ruchu, pričom čas strávený na letisku, predovšetkým, pred odletom môže využiť na duty-free obchody, občerstvenie a iné. V prípade dlhých čakaniach na spätný alebo prípojný let existuje možnosť využitia ubytovania v letiskových hoteloch.

V oblasti podpory cestovného ruchu destinácií a zároveň aj leteckej dopravy je dobré poznamenať možnú spoluprácu medzi leteckými spoločnosťami a destináciami na úrovni verejno-súkromného partnerstva. Takéto dohody môžu zabezpečiť prístup k exportne orientovanému dodávateľskému reťazcu, ktorý je nevyhnutný na zabezpečenie ekonomickej udržateľnosti cestovného ruchu. Z tohto hľadiska môžeme identifikovať nasledujúce možné partnerstvá medzi súkromným sektorom (letecké spoločnosti, letiská) a verejným sektorom (organizácie zabezpečujúce marketingovú propagáciu regiónu). Takéto vzťahy môžu nastávať z dôvodu zviditeľnenia regiónu, zlepšenie finančnej situácií alebo poskytnúť celkový rozvoj regiónu (Graham & Dobruszkes, 2019)

Letecká doprava má v cestovnom ruchu veľký význam, predovšetkým v kontexte podpory destinácií. Veľmi významný vplyv na podporu cestovného ruchu má aj obchodný model leteckých spoločností. Letecké spoločnosti prevádzkujúce lety na krátke vzdialenosti zvyšujú nárast mestskej turistiky, ktorá je populárna medzi rôznymi príjmovými skupinami obyvateľstva. Cestujúci na cestovanie do vzdialených destinácií využíva hlavne leteckú dopravu nakoľko iné možnosti dopravy sa javia z časového hľadiska ako neefektívne.

Rozvoj tejto oblasti nastal aj vďaka lietadlám so širokým trupom, ktoré prepravujú väčší počet cestujúcich s nižšími prevádzkovými nákladmi (Dileep & Kurien, 2022).

1.1.1 Letecká doprava v historickom vývoji

Prelomovým rokom pre letectvo bol rok 1902, kedy sa ľuďstvu podarilo dostať do vzduchu stroj ťažší ako vzduch, ktorý je pilotovaný človekom. Let trval niečo cez 12 sekúnd, ale spôsobil veľký progres na najbližšie roky. V tomto období odvetvie dosiahlo nečakaný rozmach v dôsledku 1. svetovej vojny, kedy vznikli moderné základy leteckej dopravy, ktorými sa zväčšovala kapacita lietadiel, dĺžka doletu a letová rýchlosť (Rhoades, 2014).

Prvá svetová vojna spôsobila masovú expanziu v produkcii lietadiel predovšetkým pre vojnové účely. Po technickej stránke nastal pokrok hlavne v oblasti motorov, konštrukcii lietadiel a krídel. Zvýšila sa aerodynamickosť, výkon motorov a tým aj parametre lietadiel. Kvôli vojenským účelom bolo produkováných množstvo typov lietadiel. Vojna dala príležitosť vzniknúť veľkému počtu podnikov, ktoré sa zaoberali výrobou leteckej techniky a po skončení vojny museli nájsť iného odberateľa ako armádu (Allaz, 2004).

Medzivojnové obdobie poskytlo výrobcovi lietadiel možnosť uchopiť nastavený trend v oblasti vývoja leteckej dopravy a začali sa tak formovať aj prvé firmy vyrábajúce osobné alebo nákladné lietadlá, ako napr. Boeing alebo Douglas. Medzi spoločnosťami panovali v týchto časoch zmiešané vzťahy, ktoré miestami pripomínali harmonické spolupráce na spoločných projektoch, inokedy pôsobili ako nikdy nespojitelná konkurencia. Snažili sa uzatvárať zmluvy s aerolíniami, čo by im zabezpečilo stály odbyt strojov (Rhoades, 2014).

V začiatkoch druhej svetovej vojny existovalo v Amerike a Európe domáce letecké prostredie, ktoré bolo z veľkej časti regulované, jeho dostupnosť bola hlavne pre bohaté vrstvy obyvateľstva. Počas tohto obdobia bol vyvinutý prúdový motor, ktorý dosahoval vysokého výkonu počas svojej prevádzky čo sa uplatňuje dodnes s mnohými vylepšeniami a pomáha prekonávať dlhé vzdialenosti za pomerne krátky čas. Masová dostupnosť lietania sa začala formovať až po vojne v 50. a 60. rokoch 20. storočia (Rhoades, 2014).

V druhej polovici 20. storočia technologický pokrok a chuť ľudí cestovať rýchlejšie spôsoboval tlak na konštruktérov, čo spôsobilo rozvoj novej generácie dvojmotorových lietadiel pre krátke, stredné a dlhé dolety vo verziách úzkotrupových a širokotrupových

konfiguráciách. Ďalšie snahy o cestovanie rýchlejšie dali priestor vzniku nadzvukovej technológii, ktorá sa realizovala len na území Európy. Jednalo sa o projekt lietadla Concorde, francúzsko-anglického konštruktéra, ktoré bolo v prevádzke skoro 30 rokov. Svoju činnosť ukončilo v roku 2004 z dôvodu hluku, vysokým prevádzkovým nákladom a bezpečnosti (Pruša a kol; 2008).

1.1.2 Výkony v medzinárodnej osobnej leteckej doprave

V praxi existuje mnoho organizácií, ktoré sa venujú porovnávaniu a hodnoteniu výkonov leteckej dopravy, medzi najznámejšie patrí IATA, ICAO, prípadne to môžu byť aj odborné periodiká. Letecká doprava môže byť hodnotená z pohľadu ekonomických ukazovateľov (celkový zisk/strata, celkové výnosy...) a výkonových ukazovateľov (počet prepravených cestujúcich, celková ponuka osobokilometrami...). V tejto oblasti existujú aj rozdiely, pretože ekonomické prostredie každého dopravcu je nejakým spôsobom ovplyvňované a rozdielne. Z dôvodu existencie rôznych charakterov a záujmov leteckých dopravcov vznikla v oblasti porovnávania a vykazovania ich výkonov existuje určitá šandardizácia kľúčových parametrov, ktorá poskytuje objektívne výsledky (Pruša a kol; 2015).

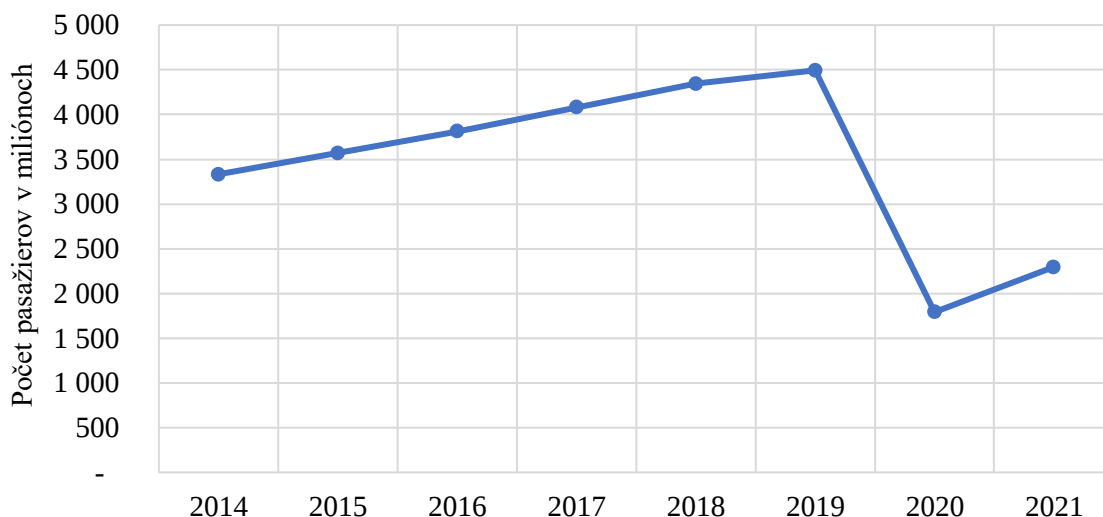
Cestovný ruch, a s ním spojené služby, patrí medzi dynamický a na vonkajšie zmeny veľmi citlivý sektor. Z dlhodobého hľadiska mal cestovný ruch rastúci trend a vykazoval vysoké ekonomické a spoločenské prínosy. Bohužiaľ, pandémia zasiahla práve tento sektor najviac zo všetkých ostatných a to sa aj odzrkadlilo na jeho výkonoch. Aktuálne je vidieť výrazné zlepšenie postavenia sektora leteckej dopravy či už v ekonomickej sfére alebo aj v počte cestujúcich využívajúcich tieto služby. Doprava a cestovný ruch v roku 2019 tvorila 10,3 % svetového HDP čo predstavuje približne 9,6 mld. €. Kvôli pandémie COVID-19 sa celé odvetvie prepadlo na úroveň 5,3 % svetového HDP čo je 4,7 mld. €. Postupné oživovanie celej ekonomiky viedlo aj k zvýšeniu svetového HDP v sektore na úroveň 6,1 % čo predstavuje 5,8 mld. € (WTTC, 2022).

Letecká doprava ako jedna z najviac využívaných foriem verejnej dopravy v cestovnom ruchu musí byť flexibilná a vedieť rýchlo a efektívne reagovať na zmeny, predovšetkým z vonkajšieho prostredia. Medzi tie najviac ovplyvňujúce leteckú dopravu v posledných rokoch, ale aj cestovný ruch ako celok, patrí práve pandémia COVID-19, ktorá sa podpísala na celkových výkonoch sektora od roku 2019, kde ešte v roku 2022 sú citelné

niektoré jej následky. Počas pandémie, ktorá postihla celý svet mala letecká doprava veľký útlm a odvetvie dosiahlo straty v hodnote 137,7 mld. € v roku 2020, pričom aktuálna strata je na úrovni 9,7 mld. € v roku 2022 (IATA-a, 2022).

V počtoch prepravených pasažierov odvetvie nabera na sile a pomaly sa vracia na hodnoty z pred pandémie, vďaka tomu hlavne uvoľňujúcim sa opatreniam ohľadom cestovania a otvoreniu medzinárodných hraníc pre turistov. Aktuálne silno nastavené trendy ukazujú, že dopyt po leteckej doprave medzimesačne stále rastie a to sa odzrkadľuje aj v číslach. Ako príklad uvádzame, že v celom odvetví predstavovala hodnota výnosov z osobokilometra 73,7 % oproti roku 2019 v rámci celého sveta (IATA-b, 2022).

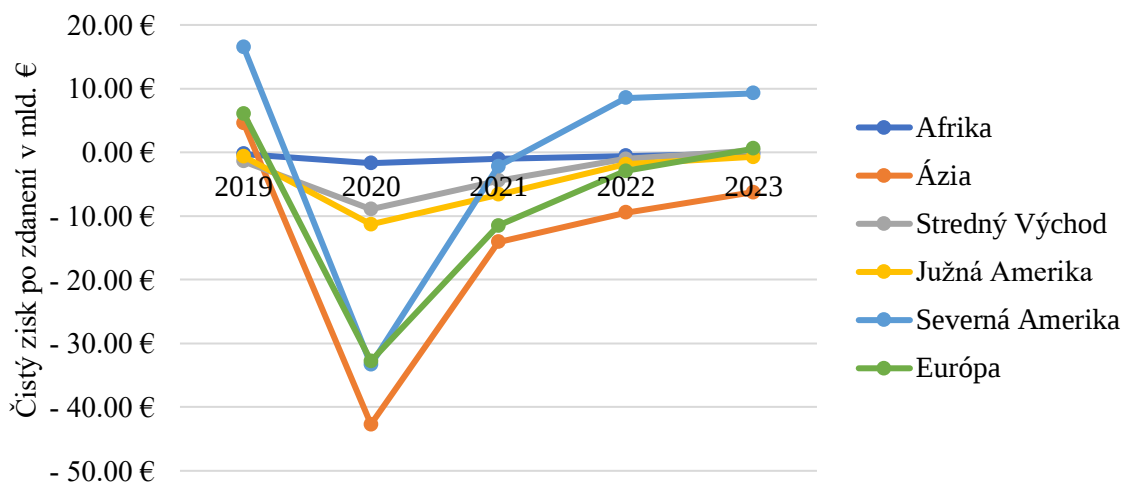
Graf 1 – Vývoj objemu prepravených cestujúcich v globálnom meradle



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (ICAO, 2022) a (ICAO, 2021)

COVID-19 spôsobil veľký výpadok, predovšetkým v počte prepravených cestujúcich, čo preukazujeme v grafe 1, kde sa počet prepravených pasažierov celosvetovo domácich a zahraničných približoval k číslu 4,5 miliardy cestujúcich za rok 2019. Prepad, ktorý nastal medzi rokmi 2019 a 2020 predstavuje úbytok o cca. 60 % t. j. 2,7 mld. pasažierov. Tento náhly pokles spôsobil aj skoré prebudenie leteckej dopravy a v roku 2021, kde opäť dokumentujeme rast, pričom v roku 2022 sa predpokladá, že prepád počtu cestujúcich bude už len v rozmedzí 26 % až 28 % oproti roku 2019 (ICAO, 2022).

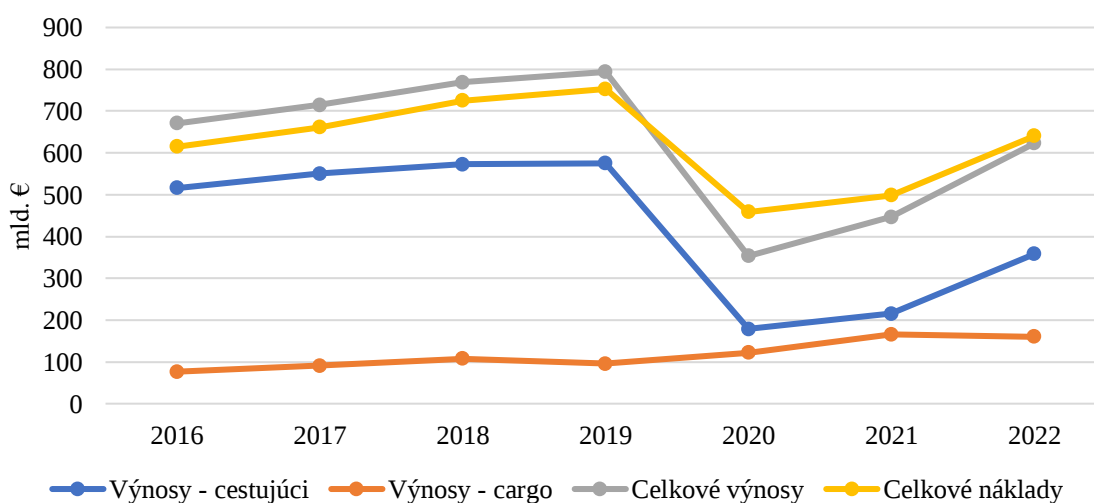
Graf 2 – Čistý zisk leteckých spoločností po zdanení v r. 2019 až 2023 v mld. € podľa ich pôvodu



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (IATA-c, 2022)

Prostredníctvom grafu 2 ilustrujeme vývoj čistého zisku v leteckých spoločnostiach pred a po vypuknutí pandémie COVID-19. Najväčšie zisky dosahovali letecké spoločnosti z oblasti Severnej Ameriky, pričom spolu so spoločnosťami z Európy a Ázie zaznamenali najväčší prepád v ziskoch v rozmedzí od 40 do 50 mld. €. Najmenšie výkyvy boli zaznamenané z oblasti Afriky a po nej nasledoval Stredný Východ a Južná Amerika. V čase sprístupnenia údajov IATA ešte nie je ukončený rok 2022, preto finálne hodnoty na rok 2022 sú len predbežné a predikcie na rok 2023 majú reflektovať nastavený trend rastu zisku z rokov 2021 a 2022.

Graf 3 – Výnosy a náklady odvetvia leteckej dopravy v rokoch 2016 až 2022 v mld. €



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (IATA, 2021)

V grafe 3 je pozorovateľný medziročný nárast výnosov predovšetkým z prepravy cestujúcich až do roku 2019, kedy nastal prepád vo výnosoch približne o 69 %. Po prekonaní ťažkých časov pandémie sa výnosy opäť začínajú vracieť na úroveň pred pandemiou. Výnosy z prepravy nákladu sa držali v priebehu rokov 2016 až 2019 na približne konštantnej úrovni, zlom nastal so zvýšeným dopytom práve po preprave nákladu a to konkrétne zdravotníckeho materiálu na boj s COVID-19. Nastavené trendy rastu výnosov môžeme očakávať aj do budúcich rokov.

Z grafu je tiež vidieť, prepád výnosov celého odvetvia pod hranicu 400 mld. € a aj pod hranicu celkových nákladov leteckej dopravy, tento stav pretrvával v rokoch 2020 a 2021, pričom predikcie na rok 2022 sú stále pod úrovňou celkových nákladov. Dá sa očakávať, že rastúci dopyt po cestovaní posunie odvetvie znova do úrovne ziskovosti a zabezpečí celkovú obnovu výkonov leteckej dopravy z pred pandémie.

1.1.3 Druhy leteckých dopravcov

V oblasti leteckej dopravy podľa Prušu a kol. (2008) prepravu prevádzkujú leteckí dopravcovia, ktorí vlastnia techniku a dokážu s ňou zabezpečovať prepravu osôb alebo tovarov. Pre správne fungovanie všetkých procesov týkajúcich sa prevádzky leteckej dopravy, je potrebné množstvo podporných činností a objektov. Prostredie leteckých dopravcov, predovšetkým na vyspelých a kvalitných trhoch podnecuje k vysokej konkurencii na trhu dopravcov. To spôsobilo, že každý dopravca si musel vytvoriť vlastnú stratégiu a cieľový segment, v ktorom bude poskytovať svoje služby. Za účelom kategorizácie leteckých dopravcov sa v literatúrach používa mnoho delení a členení, kde patrí:

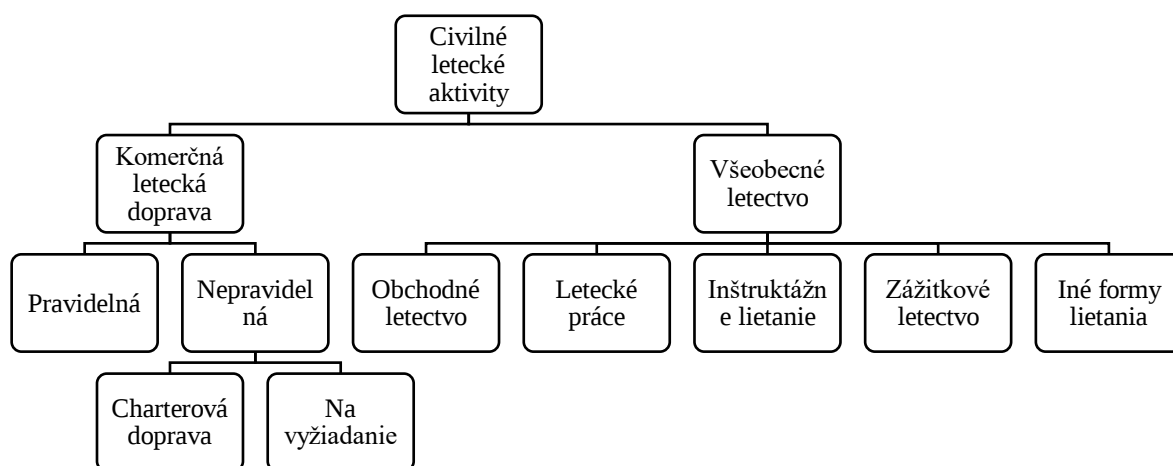
- členenie na základe dĺžky letu a prevádzkovej pôsobnosti,
- členenie na základe rozdielov v zásadách ponuky a predaja prepravných kapacít,
- členenie na základe druhu ponúkaného produktu,
- členenie na základe charakteru obchodného vyt'aženia,
- členenie na medzinárodných a vnútroštátnych dopravcov,
- členenie podľa spôsobu organizácie prepravy a možnosti prepojenia nadväzujúcich letov.

Ďalej môžeme spomenúť, že existujú aj letecký dopravcovia, ktorí sa zameriavajú na iné ako komerčné lety. Sú to predovšetkým spoločnosti, ktoré sú orientované na

poskytovanie špecializovaných služieb, sú to služby, ktoré klasický letecký dopravcovia nedokážu zabezpečiť. Túto formu nazývame ako všeobecné letectvo a patria sem: prieskumné lety, letecké sanitky a iné. Dominantné postavenie má prevádzkovanie leteckej dopravy a vrtuľníkovej pre obchodnú klientelu, pričom tieto lety kategorizujeme ako segment obchodného letectva (Dileep & Kurien, 2022). ICAO (2009) definuje 5 kategórií, ktoré spadajú do všeobecného letectva:

- obchodné letectvo,
- inštruktážne lietanie,
- letecké práce,
- zážitkové letectvo,
- iné formy lietania.

Schéma 1 – Navrhovaná klasifikácia činností civilného letectva ICAO



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (ICAO, 2009)

Schéma 1 predstavuje navrhované klasifikačné činnosti podľa ICAO (2009) civilného letectva a jeho jednotlivé zatriedenie. Medzi hlavné podkategórie civilných leteckých aktivít patria ešte letiskové služby, navigačné systémy, regulačné opatrenia, údržba a iné. Do týchto navrhnutých rozdelení spadajú aj jednotlivý letecký dopravcovia prevádzkujúci leteckú dopravu podľa charakteru dopravy.

V našej práci sme sa zamerali predovšetkým na dopravcov z hľadiska členenia na základe druhu ponúkaného produktu. Pri takomto type členenia na základe druhu ponúkaného produktu hovoríme o leteckých dopravcoch fungujúcich na základe obchodných modelov ako klasický letecký dopravca a nízkonákladový letecký dopravca. Pruša a kol. (2008) vo svojej práci zadefinoval:

- klasický letecký dopravca: v rámci svojej siete poskytuje možnosť prestupov, spolupracuje s inými klasickými aerolíniami, dbá na kvalitu cestovania (pohodlie sedadiel, servis na palube lietadla), poskytuje možnosť cestovných tried,
- nízkonákladový letecký dopravca: označuje sa ako low-cost dopravca, zameriava sa predovšetkým na dopravu z bodu do bodu, všetky doplnkové služby sú spoplatnené (aj servis na palube), svoju pôsobnosť má predovšetkým v rámci kontinentu, z ekonomického hľadiska sa snaží o znižovanie všetkých nákladov.

Novacká a kol. (2014) okrem foriem leteckých dopravcov spomenutých od Prušu pridáva ešte formu charterového leteckého dopravcu, ktorý sa spája predovšetkým s kontextom cestovných kancelárií a je súčasťou komplexného balíka zájazdu. Cestovná kancelária týmto spôsobom zabezpečuje dopravu svojich klientov do cieľovej destinácie. Funguje na princípe prenájmu lietadla, celej jeho kapacity alebo len určitej časti kapacity. Ďalej zabezpečuje, aby doprava z miesta na miesto bola čo najkratšia a s najmenším počtom prestupov, v najlepšom prípade nulovým. Forma dopravy charterovým leteckým dopravcom prebieha zmluvnou dohodou medzi objednávatelom (cestovná kancelária, tour operátor) kapacity lietadla a poskytovateľom kapacity (leteckou spoločnosťou). A môže prebiehať jednorazovo alebo počas určitej sezóny, najčastejšie počas letnej turistickej sezóny.

V nasledujúcej tabuľke predstavíme niekoľko, predovšetkým prevádzkových rozdielov medzi klasickými a nízkonákladovými leteckými dopravcami:

Tabuľka 2 – Komparácia klasických a nízkonákladových osobných leteckých dopravcov

Komparačný parameter	Klasický letecký dopravca	Nízkonákladový letecký dopravca
<i>Rozdiel v strategickom smerovaní</i>	Prepájanie miest cez tzv. „hub“ dopravcu	Zameranie sa na dopravu z bodu do bodu
<i>Rozdiely v zložení flotily</i>	Diverzifikovaná flotila, rôzne typy lietadiel	Predovšetkým jeden typ lietadla
<i>Zameranie sa na cieľové letisko</i>	Smerovanie na hlavné letiská	Využívanie predovšetkým sekundárnych letísk
<i>Rozdiely v distribučných kanáloch</i>	Možnosť kúpy letenky aj mimo online priestoru cez cestovnú kanceláriu	Predaj leteniek výlučne online
<i>Rozdiel v zdrojoch príjmov</i>	Paušálne ceny leteniek, obsahujúce služby v cene	Zameranie sa na sekundárne zdroje príjmov (extra služby, služby na palube)

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (Curran, 2022).

Z hore uvedenej tabuľky 2 je vidieť, že nízkonákladové letecké spoločnosti predovšetkým z ekonomického hľadiska fungujú na modeli šetrenia nákladov, či už v oblasti prevádzky (jeden typ lietadiel) alebo ponúkaných služieb počas procesu rezervácie a na palube lietadla. Klasický letecký dopravca disponuje širšou ponukou lietadlového parku a je výhodnejší svojimi možnosťami poskytovania konektivity v rámci prestupov na linkách podmienených prestupom a smerovaním svojich letov na hlavné letiská, ktoré sú bližšie k centru mesta. Ponúkajú určitý štandard v oblasti poskytovaných služieb na palube lietadla alebo aj možnosťou výberu prepravnej triedy.

1.2 Cestujúci v leteckej doprave

Cestujúci sú hlavnými účastníkmi a zároveň aj spotrebiteľmi leteckej dopravy, priamo využívajú služby dopravcov, letísk a využívajú prepravu z miesta odletu do miesta cieľovej destinácie (Dileep a Kurien, 2022).

Preprava osôb je realizovaná na základe obchodno-prevádzkových štandardov a na základe prepravných odporúčaní od medzinárodných organizácií v leteckej doprave ICAO, IATA, ECAC, v rámci Európskej únie aj na základe nariadení Európskeho parlamentu a prepravných podmienok leteckých dopravcov. Dokumenty vydávané týmito organizáciami majú zabezpečiť synchronnú spoluprácu medzi predajom prepravných služieb, podmienok prepravy cestujúcich a tovarov a zabezpečiť povinnosti a zodpovednosti dopravcov. V procesoch leteckej dopravy je potrebné aby boli naplnené nároky každej kategórie cestujúceho a použiť individuálne prístupy (Kolesár a kol. 2020).

Podľa Prušu a kol. (2008) v oblasti leteckej dopravy existuje určitá kategorizácia cestujúcich, ktorá je dôležitá predovšetkým kvôli cenovej diverzifikácii leteniek, rôznych prepravných povinností, objemu príručnej a zapísanej batožiny cestujúceho a nároku na vlastnú sedačku v kabíne lietadla. Ako základné kategórie cestujúcich v leteckej doprave delíme:

- Dospelý cestujúci – v leteckej doprave je považovaný ako dospelý cestujúci každý cestujúci, ktorý má viac ako 12 rokov, platí plnú výšku letenky podľa prepravnej tarify a má nárok na všetky možnosti a práva plynúce z prepravných podmienok dopravcu.

- Dieťa – je považovaná osoba od 2 rokov do 12 rokov, cena je stanovená určitou percentuálnou zľavou z ceny letenky dospelého cestujúceho. Cestujúci tejto kategórie má nárok na sedačku aj na batožinu.
- Infant – do tejto kategórie zaraďujeme všetky deti do veku 2 rokov, za letenku platia približne 10 % u klasických dopravcov. Cestujúci kategórie infant nemá nárok na sedačku v kabíne lietadla ani nárok na batožinu.

Tabuľka 3 – Kategorizácia cestujúcich pri vybraných leteckých dopravcoch

Air France		Lufthansa	Emirates	United Airlines	Ryanair
Senior 65 +		Dospelý cestujúci	Dospelý cestujúci	Senior 65 +	Dospelý cestujúci
Dospelý cestujúci				Dospelý 18 – 65 r.	
Mládežník 18 – 24 r.	Študent 18 – 29 r.			Dieťa 15 – 17 r.	Mládežník 12 – 15 r.
Mládežník 12 – 17 r.				Dieťa 12 – 14 r.	
Dieťa 2 – 11 r.		Dieťa 2 – 11 r.	Dieťa 2 – 11 r.	Dieťa 5 – 11 r.	Dieťa 2 – 11 r.
				Dieťa 2 – 4 r.	
Infant 0 – 23 mesiacov		Infant 0 – 23 mesiacov	Infant 0 – 23 mesiacov	Infant	Infant 0 – 23 mesiacov
				Infant na kolenách	

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (Air France, 2022), (Lufthansa, 2022), (United Airlines, 2022), (Emirates, 2022) a (Ryanair, 2022)

V rámci kategorizácie cestujúcich u jednotlivých dopravcov je vidieť značnú diverzitu. Spoločnosti ako Lufthansa a Emirates rozlišujú medzi 3 kategóriami cestujúcich a naopak United Airlines a Air France majú kategórie dospelý a dieťa rozložené do niekoľkých rozdielnych kategórií. Air France ako jediná letecká spoločnosť z porovnávaných prevádzkuje prepravnú kategóriu študent. Naopak spoločnosť United Airlines disponuje 2 druhmi infanta, čo v praxi predstavuje infant na kolenách a infant v samostatnej sedačke, ktorému je zároveň pridelené miesto v lietadle. V prípade infanta v špeciálne certifikovanej sedačke, ktorý obsadí samostatné miesto, je potrebné počítať aj s výraznejším príplatkom (United Airlines, 2023). Jediná porovnávaná nízko-nákladová spoločnosť Ryanair poskytuje 4 druhy cestujúcich.

Literatúra aj letecké spoločnosti rozoznávajú ešte špeciálne kategórie cestujúcich, podľa Kolesára a kolektívu (2020) sú to kategórie cestujúcich, ktorým je potrebné venovať špeciálnu pozornosť a poskytnúť im trochu odlišné služby ako bežnému cestujúcemu. Do tejto kategórie zaradíme:

- Nesprevádzané deti
- Cestujúci s chorobami a hendikepovaní cestujúci
- Nastávajúce matky
- Diplomati
- VIP cestujúci
- Deportovaní cestujúci
- Osoby v zákonnej väzbe

1.3 Spotrebiteľské správanie cestujúcich v leteckej doprave

Spotrebiteľské správanie je predovšetkým o vysvetlení a pochopení nákupných a rozhodovacích preferencií spotrebiteľov a ukazuje, že spotrebiteľia sú komplexní (Smith, 2020). Pre zadefinovanie spotrebiteľského správania cestujúcich v leteckej doprave je potrebné aby sme si určili, kto je spotrebiteľ. Podľa Richterovej a kol. (2015) spotrebiteľ je osoba, prípadne skupina, ktorá si kupuje produkt alebo službu na vlastnú spotrebu alebo na spotrebu rodinného príslušníka, kamaráta a podobne.

Podľa Richterovej a kolektívu (2015) je spotrebiteľ už od samotnej identifikácie nejakej potreby cez nákup až po ponákupné správanie, ovplyvňovaný mnohými faktormi a podnetmi. Takéto vplyvy sa v spotrebiteľskom správaní označujú ako interné a externé faktory. Externé faktory, ktoré sú na spotrebiteľovi najviac viditeľné a sú ľahko kategorizovateľné patria:

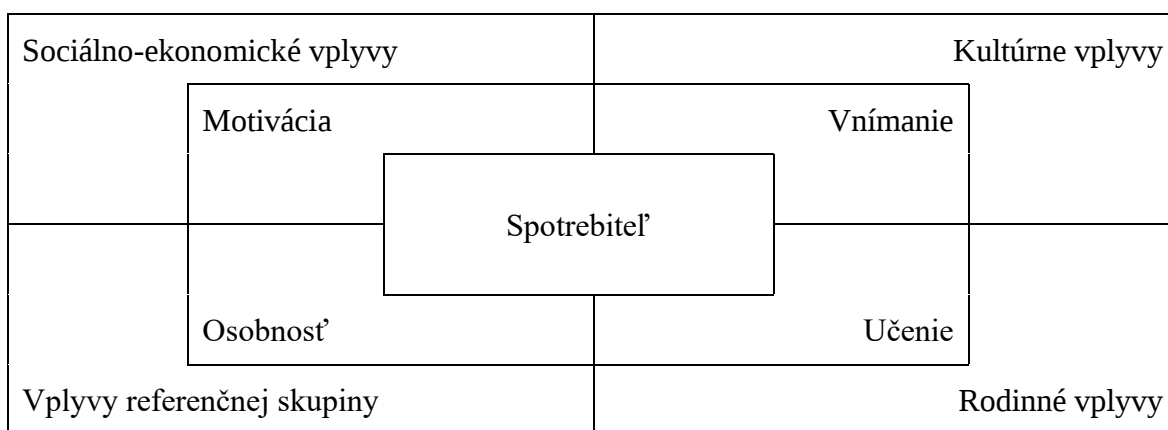
- kultúrne vplyvy,
- vplyv demografických premenných,
- spoločenské vplyvy,
- vplyv skupiny.

Interné faktory spotrebiteľského správania sú súčasťou mnohých výskumov, nakoľko, každý spotrebiteľ vykazuje iné reakcie na podnety, sú to predovšetkým psychologické faktory. V posledných rokoch sa nákupné preferencie spotrebiteľov výrazne menia a prispieva k tomu aj vysoká miera digitalizácie, informatizácie a využívania

technológií v oblasti cestovného ruchu. To núti firmy držať tempo a prispôsobovať tomu svoje marketingové stratégie, plány, nákupné platformy, spôsoby platby a poskytovanie služieb (Rajagopal, 2019). Richterová a kolektív (2015) tiež uvádza, ako interné faktory slúžia na formovanie spotrebiteľovho vnímania okolitého sveta a pomáhajú mu s nim nadväzovať interakciu, sú to hlavne vlastnosti ako:

- osobnosť spotrebiteľa,
- vnímanie
- motivácia,
- učenie,
- postoje.

Schéma 2 – Spotrebiteľský rozhodovací rámec



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (Prasad, 2014)

Prasad (2014) vo svojej štúdii uvádza, že interné a externé faktory sa môžu v procese ovplyvňovania spotrebiteľa líšiť od úrovne individuálnej až k situačnej. Ale štúdie zovšeobecnenia hlavných nákupných preferencií, čo, koľko, kde, kedy a ako narážajú na rôznorodé interpretácie a existuje mnoho modelov nákupného správania spotrebiteľov, ktorým sa venovalo niekoľko autorov.

Fletcher a kolektív (2018) uvádza, že vo vnímaní spotrebiteľa a jeho vzťahu k cestovnému ruchu je rozhodovanie na individuálnej úrovni viditeľné, že je ovplyvňované jeho dopytom po cestovnom ruchu a tým aj výberom leteckého dopravcu. Pre potreby pochopenia dopytu po cestovnom ruchu je potrebné sledovať faktory, ktoré formuje správanie cestujúcich a to hlavne rôznorodosť psychologických, sociologických a ekonomických aspektov. Žiadni dvaja spotrebiteľia nie sú identickí, ale môžeme pri nich vidieť len podobné črty správania, ktoré sú nejakým spôsobom ovplyvňované práve

externými a internými faktormi. Je dôležité poznamenať, že na cestovanie a výber poskytovateľa služieb cestovného ruchu majú najväčší vplyv:

- postoje – sú hlavne naučené predispozície a reakcie súvisiace s individuálnym vnímaním sveta,
- vnemy – predstavujú mentálne dojmy, ktoré pomáhajú organizovať, plánovať na základe mnohých vstupných faktorov, v tejto časti do veľkej miery účinkuje marketing na sociálnych sieťach, televízií a v celej online realite,
- cestovné motivátory – sú to vnútorné podnety, ktoré vytvárajú iniciatívu pre cestovanie.

Spotrebiteľské správanie je súčasťou veľkého počtu skúmaní, ktorým sa výskumníci venovali už v oblastiach marketingu, ale aj v cestovnom ruchu. V súvislosti s cestovným ruchom sa správanie spotrebiteľov označuje aj pojmami ako „cestovateľské správanie“ alebo „turistické správanie“. Táto oblasť skúmania avšak obsahuje nedostatok kompletných výskumov, čo spôsobuje nie len šírka témy skúmania, ale aj fakt, že cestovné správanie je stále prebiehajúci proces, ktorého súčasťou sú vzájomne sa ovplyvňujúce javy. Zo zdrojov sme zistili, že cestovateľské správanie sa dá skúmať vo všetkých procesoch cestovného ruchu a to pred cestou, počas cesty a po ceste (Cohen, Prayag, Moital, 2013).

Existujúce štúdie o cestovateľskom správaní možno vnímať ako chaotické nakoľko reflektujú kombinácie niekoľkých poznatkov z manažmentu a marketingu aplikovaných na cestovný ruch. Predmetom štúdií bol len jeden aspekt cestovateľského správania, čo spôsobuje vysokú koncentráciu jednej problematiky voči ostatným. Používané spôsoby výskumu sú tiež do veľkej miery nesystematické (Cohen, Prayag, Moital, 2013).

Novacká a kolektív (2014) uvádza, ako hlavné faktory motivujúce cestujúcich na účasti na cestovnom ruchu a to:

1. kultúrne – predstavujú široké spektrum potrieb, ktoré sú závislé od historického, geografického, národnostného a náboženského postavenia v domácej krajine,
2. spoločenské – faktory, ktoré pôsobia v širokom rozsahu na celú spoločnosť a tým podmieniajú účasť obyvateľstva na cestovnom ruchu,
3. osobné – predstavujú hierarchické usporiadanie osobných preferencií spotrebiteľa, ktoré používa pri určovaní hodnoty podnetov,
4. hlavné interné faktory,
5. hlavné socioekonomické faktory – predstavujú ekonomické možnosti spotrebiteľa, ktoré môže minúť na účasť na cestovnom ruchu a fond voľného času spotrebiteľa.

V spotrebiteľskom správaní má veľký význam aj lojalita zákazníkov k leteckým spoločnostiam čo predstavuje jeden z rozhodovacích faktorov. Tá sa začala formovať v povojnových rokoch po druhej svetovej vojne medzi spoločnosťami, kedy nastal boom s leteckými spoločnosťami a boj o zákazníkov. V týchto časoch začali zakladať vernostné programy pre pravidelných cestujúcich. Ich cieľom je pomocou odmien alebo finančných zliav zabezpečiť vernosť cestujúcich, ktorým sú poskytnuté protihodnoty za využívanie služieb dopravcov (Dileep & Kurien, 2022). Medzi najznámejšie patria vernostné programy ako Miles&More, Flying Blue, prevádzkované leteckými spoločnosťami, ktoré sú súčasťou aliancií ako Star Alliance, Sky Team prípadne One World.

2 Cieľ práce

Hlavným cieľom záverečnej práce je na základe analýzy výsledkov dotazníkového prieskumu identifikovať špecifiká spotrebiteľského správania cestujúcich pri výbere leteckej dopravy.

Čiastkové ciele, ktoré nám pomôžu k splneniu hlavného cieľa sme si stanovili nasledovne:

1. Identifikovať kľúčové teoretické východiská k problematike spotrebiteľského správania spotrebiteľov s akcentom na cestujúcich v leteckej doprave.
2. Identifikovať najvýznamnejšie parametre výberu vhodného leteckého dopravcu z pohľadu našich respondentov.
3. Analyzovať využívanie služieb leteckých dopravcov špecifických ako aj nešpecifických pre let z pohľadu našich respondentov.
4. Prostredníctvom kontingenčných tabuliek bližšie analyzovať vzťah medzi vekom respondenta a vybranými aspektmi spotrebiteľského správania.

Okrem cieľov záverečnej práce sme si identifikovali aj dve výskumné otázky:

VO 1: Ktoré faktory najviac ovplyvňujú cestujúcich pri výbere leteckého dopravcu?

VO 2: V akom rozsahu vek vplýva na výber poskytovaných služieb počas prepravnej služby?

3 Metodika práce a metódy skúmania

Tvorba bakalárskej práce pozostávala z viacerých krokov. V teoretickej časti sme zbierali domácu a zahraničnú literatúru od rôznych autorov, ktorá sa dotýkala riešenej problematiky. Celú prácu sme vypracovali podľa odborných kníh a relevantných internetových zdrojov. Medzi hlavné zdroje záverečnej práce patrí Svět letecké dopravy od Jiří Pruša a kolektív, Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca od Ľudmily Novakej a kolektívu a ako poslednú publikáciu by sme sem zaradili Air Transport and Tourism od M.R. Dileep a Ajesh Kurien.

Pri vypracovávaní teoretickej a praktickej časti našej práce sme použili niekoľko vedeckých metód skúmania a to napr.:

- Abstrakcia – pomocou tejto metódy sme vysvetľovali najdôležitejšie pojmy, ktoré mali spojitosť s témou práce. Medzi dôležité pojmy patrí cestovný ruch, letecká doprava a jej spojitosť s cestovným ruchom, letecký dopravcovia, spotrebiteľské správanie.
- Komparácia – vedeckú metódu komparáciu sme použili pri porovnávaní foriem dopravcov z pohľadu viacerých autorov.
- Analýza – pomocou metódy analýzy sme zbierali potrebné informácie z literatúry od viacerých autorov zaberajúcich sa danou problematikou.
- Syntéza – pomocou tejto metódy sme spojili jednotlivé informácie od autorov spojili do uceleného celku.
- Dopytovanie – metódu dopytovania sme použili pri získavaní odpovedí od respondentov ohľadom ich spotrebiteľského správania v leteckej doprave pričom celé dopytovanie bolo zamerané na slovenských obyvateľov. Dopytovanie prebiehalo online formou pomocou dotazníka cez platformu Google Forms, ktorý bol distribuovaný cez sociálne siete Facebook, Instagram. Pomocou dotazníku sme zisťovali základné klasifikačné údaje o respondentoch, ako často využívajú leteckú dopravu, leteckých dopravcov a služby spojené s procesom dopravy. Dotazník sme distribuovali v období od 08.02.2023 do 20.02.2023.
- SPSS Statistics – štatistický program od spoločnosti IBM sme využili vy tvorbe podkladov pre spracovanie grafov, predovšetkým na analýzu výsledkov a vytvorenie tabuliek.

4 Výsledky práce a diskusia

4.1 Výsledky dotazníkového prieskumu

Na základe témy bakalárskej práce sme považovali za dôležité vykonať dotazníkový prieskum, ktorý prebiehal ako ad-hoc výskum t. j. jednorazový výskum, medzi respondentmi – jednotlivcami, z dôvodu poznania ich spotrebiteľského správania a dosiahnutia stanovených cieľov záverečnej práce. Dotazník sme vytvorili formou online dotazníka cez platformu Google Forms a jeho cieľom bolo zistiť aké je spotrebiteľské správanie cestujúcich počas využívania leteckej dopravy s akcentom na využívané služby.

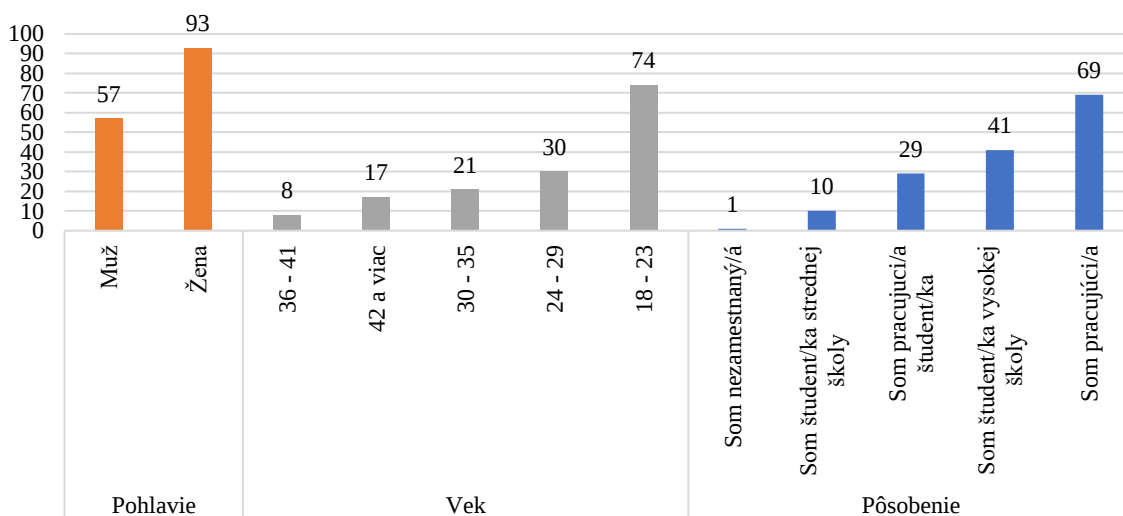
Celý dotazník obsahoval 18 otázok, kde hlavných otázok ohľadom leteckej dopravy sa zúčastnili len respondenti, ktorí využívajú leteckú dopravu a boli vyfiltrovaný filtračnou otázkou. Počet respondentov, ktorí sa zúčastnili hlavnej dotazníkovej časti predstavoval 135. Dotazník sme distribuovali pomocou online platforiem, sociálnych sietí a zber odpovedí prebiehal od 08.02.2023 do 20.02.2023. Celkový počet respondentov, ktorí sa zúčastnili dotazníkového prieskumu bolo 150.

Štruktúra dotazníku bola rozdelená do viacerých sekcií, kde sme sa respondentov pýtali na špecifický okruh otázok, ktoré spolu súviseli a navzájom na seba nadväzovali.

- 1. sekcia sa zaoberala základnými otázkami, na aké účely využívajú leteckú dopravu a najčastejšie dĺžky ich letov, akým spôsobom si zabezpečujú letenky a či sa zaoberajú výhodnými ponukami s lacnými letenkami,
- 2. sekcia obsahovala otázky, ohľadom faktorov, ktoré majú vplyv na spotrebiteľa pri výbere vhodného dopravcu, vyhodnocovali dôležitosť atribútov pri výbere leteckého dopravcu,
- 3. sekcia ponímala faktory ovplyvňujúce výber a nákup leteniek,
- 4. sekcia obsahovala otázky na služby počas bookingu letenky a počas samotného letu.

V závere dotazníku sme vytvorili klasifikačné otázky, ako vek, pohlavie a ich pôsobenie, ktoré nám pomohli lepšie určiť spotrebiteľské správania.

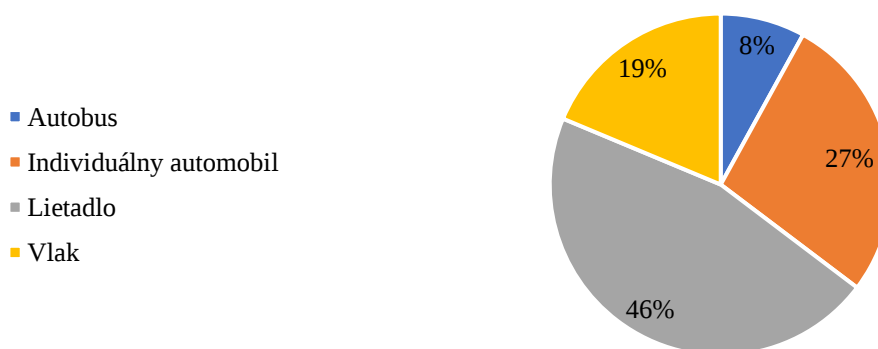
Graf 4 – Štruktúra respondentov prieskumu



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo 150 respondentov a v grafe 4 je zobrazená štruktúra respondentov a to, rozdelenie podľa pohlavia, veku a ich pôsobenia. Z pohľadu pohlavia sa prieskumu zúčastnilo 93 žien a 57 mužov vo vekových kategóriách 18 – 23, 24 – 29, 30 – 35, 36 – 41 a 42 a viac rokov. Skoro polovica respondentov je z vekovej kategórie 18 – 23 rokov čo je zapríčinené platformami, na ktorých bol dotazník k dispozícii na vyplňanie. Najmenšie zastúpenie bolo vo vekovej kategórii 36 – 41 rokov. Čo sa týka pôsobenia respondentov skoro 50 % respondentov je pracujúcich, približne 25 % sú študenti vysokých škôl. Prieskumu sa zúčastnilo aj 10 študentov stredných škôl a 1 nezamestnaný respondent.

Graf 5 – Preferovaný spôsob dopravy za účelom na účasti na cestovnom ruchu

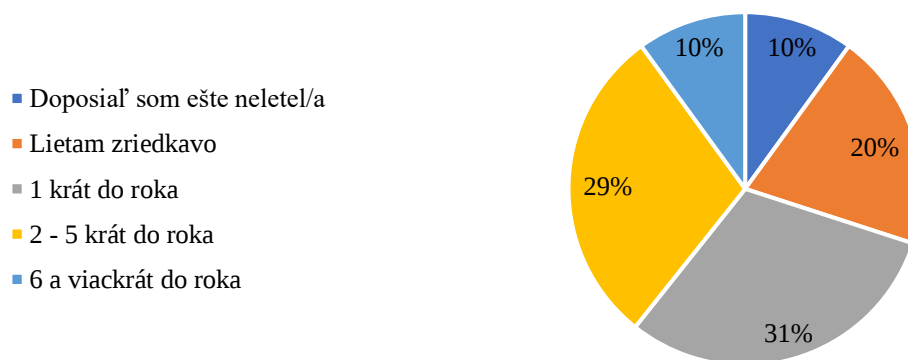


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

V prípade najviac využívanej formy dopravy za účelom účasti na cestovnom ruchu skoro polovica uviedla, že najčastejšie využíva leteckú dopravu, druhé najväčšie zastúpenie mala individuálna automobilová doprava. Najmenej respondentov sa vyjadrilo k cestovaniu

autobusom. Výhodné a dostupné cestovanie leteckou formou, predovšetkým s využitím nízkonákladových leteckých dopravcov, ako Ryanair, Wizz Air alebo Easy Jet, do veľkej miery cenovo konkurujú železničnej a autobusovej doprave, táto forma dopravy poskytuje aj značnú časovú úsporu pri cestovaní. Lacné cestovanie lietadlom je veľmi populárne hlavne medzi mladými ľuďmi, ktorí to berú ako príležitosť výhodne cestovať, najmä v rámci krajín Európy.

Graf 6 – Frekvencia využívania leteckej dopravy



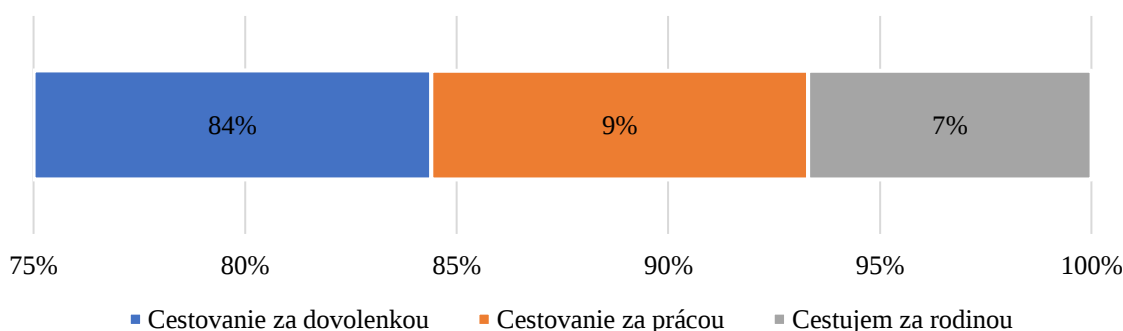
Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka ako často naši respondenti využívajú leteckú dopravu, slúžila zároveň ako filtračná otázka, ktorá vyselektovala vhodných respondentov pre náš prieskum. Z celkových 150 respondentov sa len 10 % vyjadrilo, že doposiaľ neleteli. Z počtu 150 respondentov v hlavnej dotazníkovej časti pokračovalo 135. Cestovanie 1 krát do roka bola najčastejšia odpoveď a len o pár odpovedí menej využívajú leteckú dopravu 2 – 5 krát do roka. Najmenšie zastúpenie mali respondenti, ktorí cestujú viac ako 6 krát do roka.

4.1.1 Využívanie leteckej dopravy

V nasledujúcej časti sme vyhodnotili na aké účely respondenti využívajú leteckú dopravu a aký je ich najčastejší cieľ cesty. Rozoberali a analyzovali sme aj výsledky aké sú najčastejšie dĺžky ich letov a z akých zdrojov čerpajú informácie ohľadom výhodných možností cestovania. Z výsledkov je zrejmé, že najčastejšie účastníci nášho výskumu cestujú za dovolenkou. Táto časť slúžila aj ako úvodná časť hlavnej dotazníkovej časti nášho výskumu.

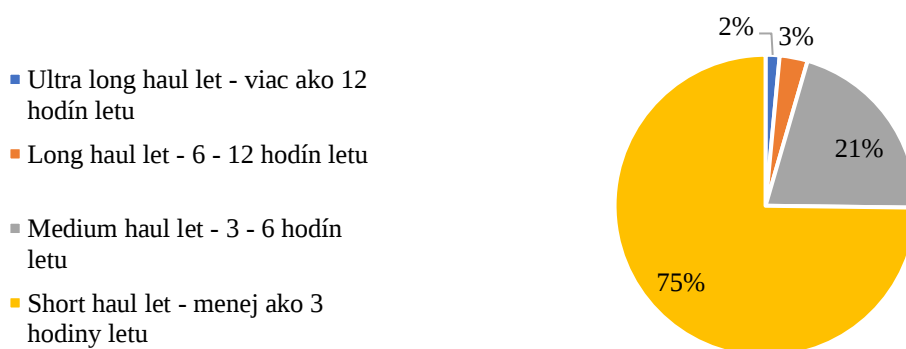
Graf 7 – Účely ciest s využitím leteckej dopravy



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Graf 7 demonštruje aký je účel ciest našich respondentov s využitím leteckej dopravy. Z výsledkov jasne vyplýva, že skoro 85 % opýtaných cestuje za dovolenkou. Menej ako 10 % opýtaných využíva túto formu pri cestovaní za prácou alebo cestovaní za rodinou. V prípadoch ako cestovanie za prácou alebo rodinou predpokladáme, že naši respondenti siahnu po lacnejších a dostupnejších alternatívach ako je letecká doprava t. j. využitie osobného automobilu, vlaku prípadne autobusu.

Graf 8 – Najčastejšie dĺžky letov respondentov

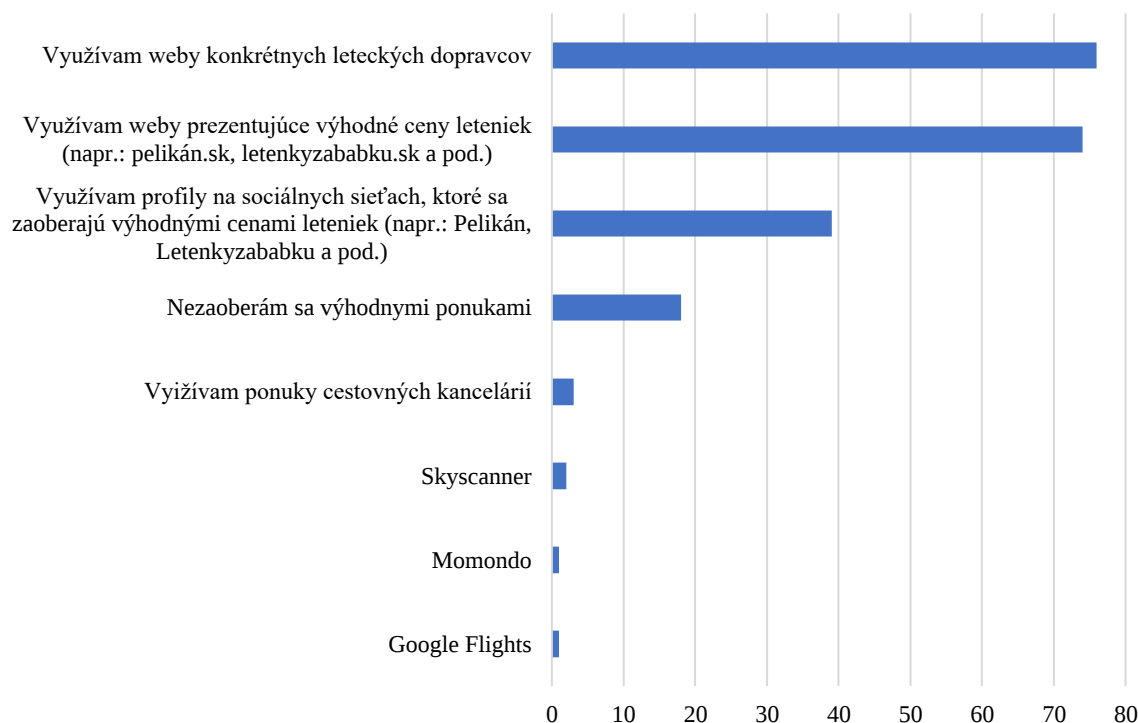


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Pri otázke aké sú najčastejšie dĺžky letov, až 75 % respondentov odpovedalo, že využívajú short haul lety t. j. let trvá menej ako 3 hodiny. Tieto lety predstavujú predovšetkým cestovanie po Európe. Takýto čas napr. predstavuje let medzi Viedňou a Londýnom alebo Parížom. Iba 21 % respondentov využíva medium haul lety (let o dĺžke 3 – 6 hodín letu). Do tejto kategórie spadajú napr. dovolenkové destinácie ako je Egypt, Maroko, či Spojené Arabské Emiráty. Minimálny počet respondentov využíva long haul a extra long haul lety ako najčastejšie, v tomto prípade sa jedná o lety cez-atlantické, alebo do východných krajín Ázie. Môžeme konštatovať, že väčšina našich respondentov cestuje

letecky za dovolenkou, pričom veľká väčšina turistických alebo dovolenkových destinácií spadá do dĺžky letov short haul, prípadne medium haul.

Graf 9 – Najčastejšie zdroje informácií ohľadom leteniek



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

V prípade zdroja informácií ohľadom možností cestovania viac ako polovica respondentov uviedla, že ako zdroj informácií využíva weby konkrétnych leteckých dopravcov a weby prezentujúce výhodné ceny leteniek ako sú portály pelikán.sk alebo letenkyzababku.sk. V prípade webov konkrétnych dopravcov to môžu byť aj novinky a akcie posielané formou newsletterov alebo cestujúci môže navštíviť web konkrétneho dopravcu a prezrieť si aktuálnu ponuku tej danej leteckej spoločnosti. Weby zaoberajúce sa výhodnými letenkami ponúkajú pre cestujúceho širokú škálu informácií ohľadom lacného cestovania na jednom mieste a v niektorých prípadoch ponúkajú aj možnosti výhodného ubytovania alebo stravovania v danej destinácii. K týmto webovým stránkam väčšinou existujú aj profily na sociálnych sieťach, kde sa snažia osloviť obzvlášť mladšie generácie cestujúcich, pričom obsah na sociálnych sieťach je totožný s obsahom na webovej stránke. Túto možnosť získavania informácií označilo 39 respondentov zo 135.

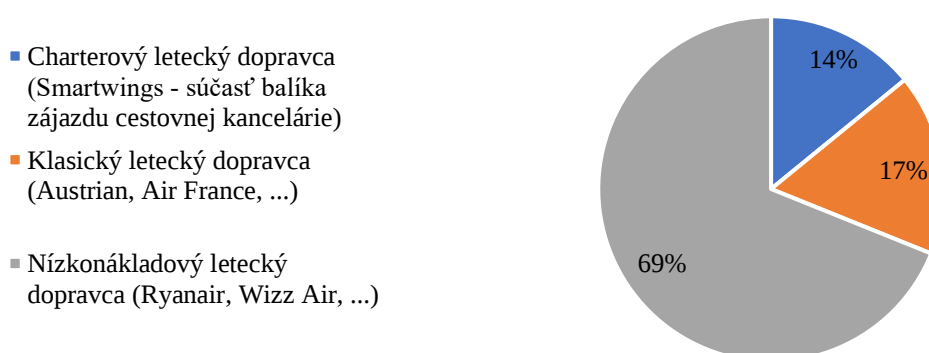
Iba 18 respondentov označilo možnosť, že sa nezaobera možnosťami výhodného cestovania a ponukami s tým spojenými. Čo môže naznačovať, že leteckú dopravu využívajú zriedkavo, prípadne využívajú pomoc rodiny, známych alebo kamarátov pri

výbere. Len 3 respondenti uviedli, že využívajú ponuky, ktoré majú cestovné kancelárie v spojitosti s balíčkom nejakého konkrétneho zájazdu. Platformy ako Skyscanner, Google Flights alebo Momondo využíva 1 – 2 opýtaných respondentov, zároveň by sme tieto platformy zaradili do kategórie weby prezentujúce výhodné ceny leteniek.

4.1.2 Faktory ovplyvňujúce výber leteckého dopravcu

V sledovanej časti sme sa zamerali na faktory, ktoré vplývajú na respondenta predovšetkým z vonkajšieho prostredia ako aj jeho osobné preferencie ohľadom výberu dopravcu na základe obchodného modelu a zisťovali sme aj najčastejšie využívaného leteckého dopravcu našich respondentov.

Graf 10 – Preferovaný typ leteckého dopravcu na základe obchodného modelu

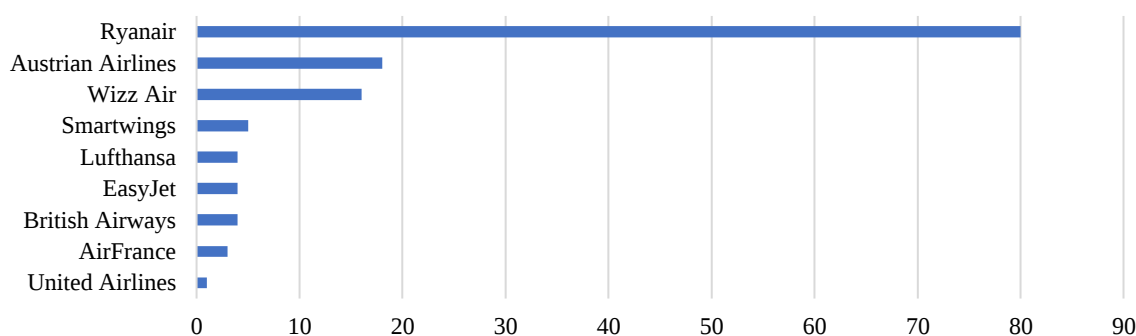


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Ohľadom otázky preferovaného leteckého dopravcu, 69 % respondentov označilo, že využívajú služby nízkonákladového leteckého dopravcu, do ktorého kategórie spadá Ryanair, Wizz Air a Easy Jet, ktoré boli zároveň aj súčasťou nášho dotazníkového prieskumu. Spôsobuje to aj fakt, že súčasťou prieskumu boli predovšetkým mladí respondenti, pre ktorých tieto dopravcovia poskytujú vhodné, hlavne finančné, podmienky na cestovanie. Možnosť využívania klasického leteckého dopravcu a charterového leteckého dopravcu označilo približne rovnaký počet respondentov v oboch prípadoch.

Na otázku ohľadom preferovaného typu leteckého dopravcu nadväzuje aj otázka ohľadom konkrétneho leteckého dopravcu, ktorého služby naši respondenti využívajú najčastejšie, pričom jej výsledky budú prezentované v grafe 11.

Graf 11 – Najčastejšie využívané letecké spoločnosti



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

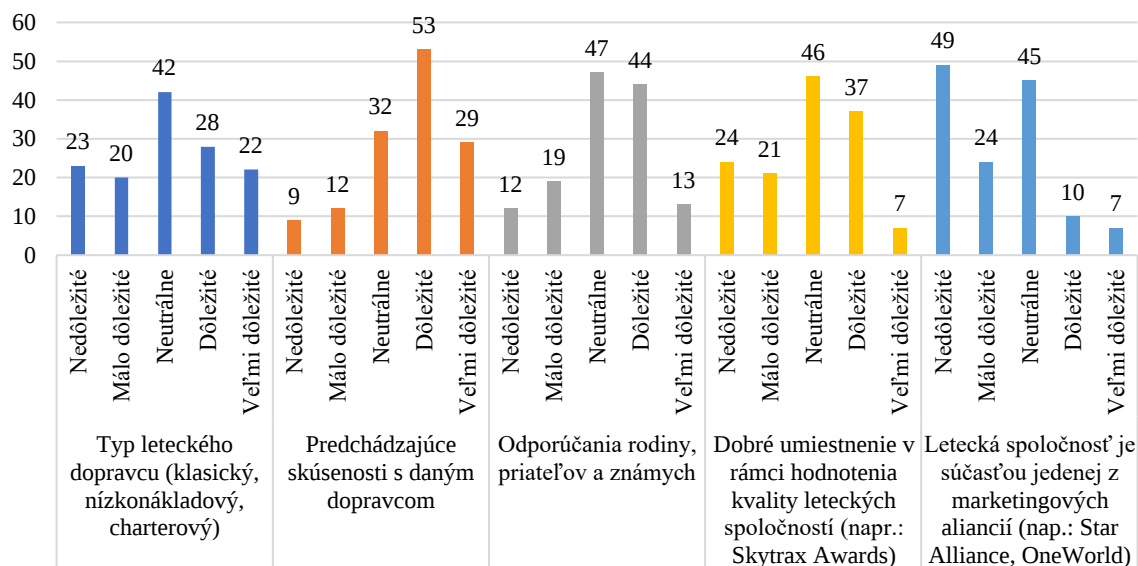
Otázka ohľadom výberu konkrétneho leteckého dopravcu nám poskytuje vhodný základ aby sme dokázali určiť preferencie výberu leteckého dopravcu cestujúcich. Dominantné postavenie má v tomto prieskume nízkonákladová spoločnosť Ryanair, ktorú najčastejšie využíva 80 respondentov zo 135. Je to spôsobené hlavne cenou poskytovaných leteniek a vysokou dostupnosťou pre širšiu verejnosť, ale aj ponúkanými destináciami. V prípade lietania zo Slovenska najmä z Letiska M. R. Štefánika v Bratislave je väčšina letov prevádzkovaných práve spoločnosťou Ryanair.

Druhé miesto v našom rebríčku obsadil klasický letecký dopravca Austrian Airlines (18 respondentov), veľkým benefitom je blízka dostupnosť k Slovensku nakoľko Austrian Airlines bázuje svoje lietadlá na medzinárodnom letisku vo Viedni a poskytuje širokú ponuku letov v rámci Európy, ale aj priame lety s Amerikou, Áziou a Afrikou. Wizz Air využíva 16 respondentov zo 135, čím je tretím najčastejšie využívaným leteckým dopravcom medzi našimi respondentmi. Wizz Air tiež ako Ryanair sa kategorizuje ako nízkonákladový letecký dopravca a poskytuje lety do veľkej väčšiny miest v Európe a Blízkom východe. Špeciálne postavenie má letecká spoločnosť Smartwings, ktorá väčšinu svojich letov poskytuje ako charterovú leteckú dopravu, ktorá je súčasťou balíčka kompletného zájazdu cestovných kancelárií.

Klasický letecký dopravcovia Lufthansa, Air France, British Airways dostali skoro rovnaký počet hlasov (3 – 4 odpovede). Predpokladáme, že je to spôsobené hlavne vyššími cenami ponúkaných leteniek a slabou dostupnosťou letov z okolitých krajín, nakoľko sa jedná zároveň o národných leteckých dopravcov Nemecka, Francúzska a Anglicka. Zhodný počet hlasov dostal aj nízkonákladový letecký dopravca Easy Jet, ktorý momentálne neposkytuje žiadne lety zo Slovenska ani z Rakúska. Posledné miesto obsadila letecká

spoločnosť United Airlines, ktorá je jedným z dopravcov v USA, prevádzkujúca lety či už v rámci USA, ale aj cez-atlantické do Európy a iných kontinentov sveta.

Graf 12 – Atribúty výberu leteckého dopravcu



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Otázka, ktorej výsledky sú prezentované v grafe 12 predstavuje škálové hodnotenie dôležitosti prednastavených atribútov ako typ leteckého dopravcu, predchádzajúce skúsenosti, odporúčania, umiestnenie v rámci rebríčkov hodnotiacich kvalitu a či sú letecké spoločnosti ako súčasť aliancií. V nasledujúcich bodoch si prejdeme analýzu zistených výsledkov:

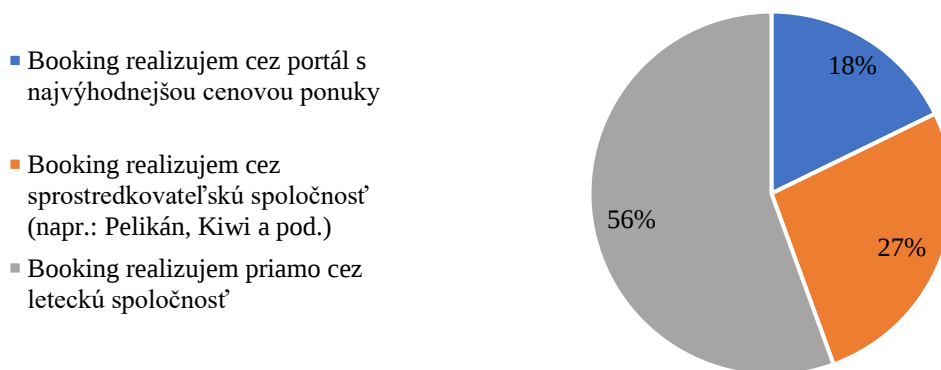
1. Typ leteckého dopravcu – vo výsledkoch z tejto otázky, môžeme pozorovať, že ani nie polovica respondentov má neutrálny postoj voči tomu, či letia klasickým, nízkonákladovým alebo charterovým dopravcom. V prípade výberu leteckého dopravcu najdôležitejší faktor zohráva cena, ktorej sa budem venovať v grafe 14.
2. Predchádzajúce skúsenosti s daným dopravcom – v prípade skúseností s leteckým dopravcom najviac (53) respondentov označilo možnosť „dôležité“, môže to byť zapríčinené predovšetkým nastavenými štandardmi spotrebiteľa, ktorý vníma daného dopravcu na základe jeho predošlých skúseností s ním a to spôsobí, že sa pri budúcej ceste ako prvé pozrie na ponuky daného dopravcu. Iba 9 respondentov v tejto otázke označilo možnosť „nedôležité“ a 12 možnosť „málo dôležité“, títo respondenti sa zameriavajú na iné faktory, ktoré sú pre nich relevantné.
3. Odporúčania rodiny, priateľov a známych – približne rovnaké počty respondentov sa v tejto otázke vyjadrilo, že majú neutrálny postoj alebo je to pre nich dôležité aký

názor alebo odporúčanie má rodina, priatelia a známi. Len 12 respondentov berie takéto odporúčania ako nedôležité a 13 ako veľmi dôležité.

4. Dobré umiestnenie v rámci hodnotenia kvality leteckých spoločností – v tomto prípade najviac respondentov má neutrálny postoj k hodnoteniu kvality leteckých dopravcov a 37 zároveň označilo, že je pre nich toto hodnotenie kvality dôležitý atribút. Takýto výsledok môže mať na následok hlavne slabá informovanosť cestujúcich o takýchto hodnoteniach.
5. Letecká spoločnosť je súčasťou jednej z marketingových aliancií – marketingové aliancie ako Star Alliance, One World a iné, sú určené predovšetkým pre klasických letecký dopravcov a nízkonákladových dopravcovia nie sú ich súčasťou. Vo výsledkoch vidíme, že k tomuto atribútu majú respondenti postoj ako k nedôležitému atribútu prípadne majú neutrálny postoj. Iba 10 respondentov označilo túto možnosť ako dôležitú pre nich a len 7 ako veľmi dôležitú.

Z celkového hľadiska respondenti mali skôr neutrálny postoj alebo zaujali dôležitý postoj k zadaným atribútom. Z pomedzi všetkých atribútov sú pre našich respondentov dôležité predchádzajúce skúsenosti s daným leteckým dopravcom a zase najmenej dôležité je pre nich, či je spoločnosť súčasťou marketingovej aliancie.

Graf 13 – Realizácia bookingu letenky



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

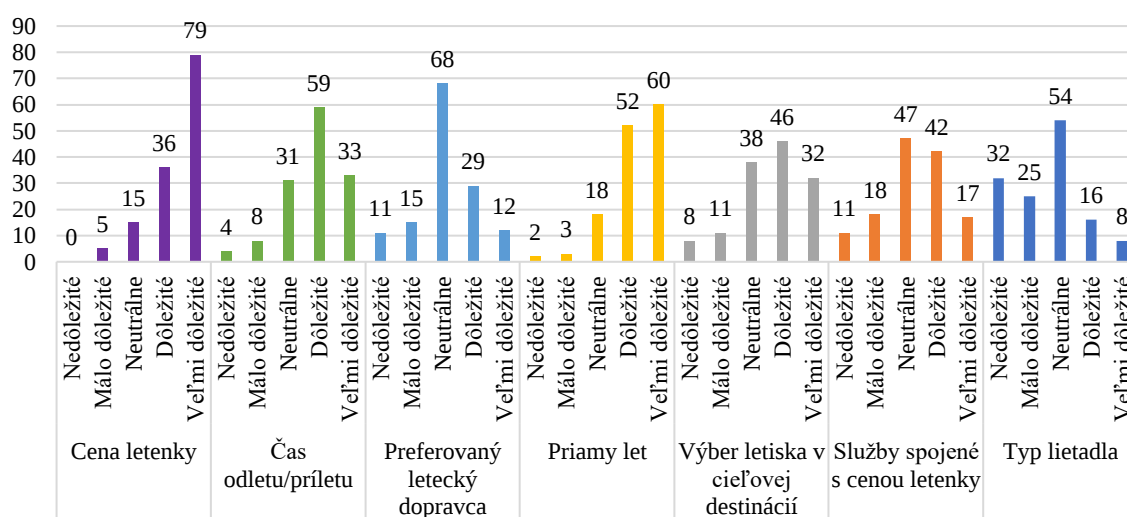
Spôsob realizácie bookingu leteniek našimi respondentmi prezentujeme v grafe 13. Viac ako polovica uprednostňuje booking priamo cez leteckú spoločnosť a takáto forma bookingu im poskytuje aj možné dokúpenie doplnkových služieb podľa vlastnej preferencie. V prípade bookingu cez sprostredkovateľskú spoločnosť, spotrebiteľ nakupuje letenky cez leteckého agenta (sprostredkovateľa), ktorý si za tento predaj účtuje províziu vo vzťahu k leteckej spoločnosti. Tieto letenky môžu byť zriedkavo cenovo výhodnejšie oproti

bookingu cez leteckú spoločnosť, ale v prípade reklamácií, cestujúci má sťažený prístup. Iba 18 % respondentov uviedlo, že pre nich nie je rozhodujúce, akou formou prebehne booking, prioritne sa zameriavajú na portál, ktorý disponuje výhodnejšou cenou letenky na daný let.

4.1.3 Faktory ovplyvňujúce výber, nákup leteniek

Daná subkapitola predstavuje výsledky hlavnej dotazníkovej časti, kde sme respondentom ponúkli škálové hodnotenie dôležitosti vybraných atribútov, ktoré majú na nich predovšetkým vplyv z vnútra t. j. ako ich vníma respondent a aké sú jeho osobné preferencie výberu.

Graf 14 – Faktory vplývajúce na spotrebiteľa pri nákupe letenky



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Spotrebiteľské správanie vo vzťahu k cestujúcemu sme poňali ako faktory, ktoré majú na respondenta do určitej miery vplyv pri jeho rozhodovaní. Zadefinovali sme 7 kategórií, ktoré sú z nášho pohľadu najpreferovanejšie parametre pri nákupe letenky, a to typ lietadla, služby spojené s cenou letenky, výber letiska v cieľovej destinácii, priamy let, preferovaný letecký dopravca, čas odletu/príletu a cena letenky. V nasledujúcich bodoch sme uskutočnili analýzu zistených výsledkov:

1. Cena letenky – cena letenky je najdôležitejším faktorom, ktorý vstupuje do celého procesu cestovania, či už je to letecky, vlakom alebo individuálnym automobilom. V našom prípade sme sa zaoberali cenou pri leteckej doprave, ktorá má veľký vplyv na výber leteckého dopravcu. Vysoké ceny leteniek spôsobujú znížený dopyt cestujúcich po cestovaní, pričom naopak nízke zvyšujú dopyt po cestovaní. Viac ako

polovica respondentov označila cenu ako veľmi dôležitý faktor pri výbere leteckej dopravy, v tomto bode môžeme potvrdiť, že sociálno-ekonomické vplyvy majú mimoriadny vplyv na spotrebiteľa a jeho rozhodovací proces.

2. Čas odletu/príletu – čas a prílet je tiež jeden z atribútov, ktorý je pre našich respondentov dôležitý alebo majú voči nemu neutrálny postoj, Vhodne nastavené časy odletov a príletov znamenajú pre cestujúcich možné predĺženie svojej cesty alebo na druhej strane aj značnú časovú stratu, hlavne pri letoch v poobedných alebo večerných hodinách.
3. Preferovaný letecký dopravca – z otázky ohľadom preferovaného leteckého dopravcu sme sa od respondentov dozvedeli, že nie je pre nich dôležité akým dopravcom lietajú a kladú tomu malý dôraz. Tým pádom ich rozhodovanie prechádza na iný atribút, ktorý je pre nich dôležitý a na základe toho si vyberú aj finálneho leteckého dopravcu, dôležitosť tomuto faktoru kladie 29 respondentov zo 135 a pre 12 respondentov je veľmi dôležité akým leteckým dopravcom cestujú.
4. Priamy let – tento parameter je pre našich respondentov jeden z najdôležitejších, dokazujú to aj výsledky prieskumu. Priamy let skracuje dĺžku cesty, ale aj môže predstavovať nižšiu cenu letenky. Iba 2 respondenti uviedli, že priamy let nie je pre nich nijako dôležitý a tým pádom im neprekáža možný prestup a predĺženie cesty. Samozrejme musíme spomenúť, že existujú destinácie, ktoré nie je možné absolvovať iba priamym letom a je potrebný prestup, alebo minimálne prestávka na dotankovanie lietadla.
5. Výber letiska v cieľovej destinácii – otázka je zameraná predovšetkým pri cestovaní do veľkých miest, ktoré disponujú hlavným a niekoľkými sekundárnymi letiskami. Ako príklad uvádzame Londýn, Londýn má hlavné letisko Heathrow a niekoľko menších ako Gatwick, Stansted alebo Luton, v tomto prípade sa aj cestovanie na jednotlivé letiská líši predovšetkým v cene letenky a leteckom dopravcovi, ktorý operuje, na ktoré letisko. Celkovo až 78 respondentov uviedlo tento atribút ako dôležitý v rozličnej miere, alebo má neutrálny postoj (38). Cestovanie na sekundárne letiská má výhody hlavne v cene, ale cestujúci musí počítať s možnými extra doplatkami za dopravu z letiska do svojho cieľa.
6. Služby spojené s cenou letenky – touto otázkou sme sa snažili zistiť nakoľko si respondenti všímajú služby, ktoré sú súčasťou ceny letenky a akú dôležitosť im kladú. Súčasťou ceny môžu byť služby ako prioritný nástup do lietadla, podpalubná batožina v cene alebo niektoré doplnkové služby, ktoré sme analyzovali v grafe 17.

Respondenti opäť zaujímajú najčastejšie neutrálny charakter k danému faktoru alebo ho berú ako dôležitý.

7. Typ lietadla – počas procesu bookingu dopravca udáva typ lietadla, ktorý bude zaradený na daný let, najčastejšie dopravcovia disponujú lietadlami od výrobcov Airbus alebo Boeing. Tento atribút bol pre našich respondentov najčastejšie neutrálny a nepovažujú za dôležité akým typom lietadla lietajú.

Na základe zistených výsledkov z grafu 14 môžeme tvrdiť, že parametre ako cena letenky a priamy let vplývajú na rozhodovací proces pri výbere vhodného leteckého dopravcu a samotní spotrebitelia to vnímajú ako veľmi dôležitý faktor. Faktor typ leteckého dopravcu má u spotrebiteľov minimálnu dôležitosť a nevenujú mu až takú pozornosť. Prevažne neutrálny postoj respondenti zaujali aj preferovanom leteckom dopravcovi, kde danému faktoru, tiež nekladú vysokú dôležitosť a pozornosť. V sledovanej otázke sme zároveň získali odpoveď na výskumnú otázku 1: „Ktoré faktory najviac ovplyvňujú cestujúcich pri výbere leteckého dopravcu?“

4.1.4 Služby spojené s letenkou a prepravou

V nasledujúcej podkapitole sa budeme venovať službám, ktoré respondenti využívajú najčastejšie a ktoré sú súčasťou prepravy a letenky. Dané sledované atribúty predstavujú najmä služby, ktoré sú buď súčasťou samotného procesu (napr.: vybavenie lietadla, atď.) alebo si ich respondent zakupuje počas bookingu letenky (napr.: dokúpenie batožiny, cestovná trieda, atď.), prípadne na palube lietadla (občerstvenie).

Graf 15 – Najčastejšie využívaná prepravná trieda

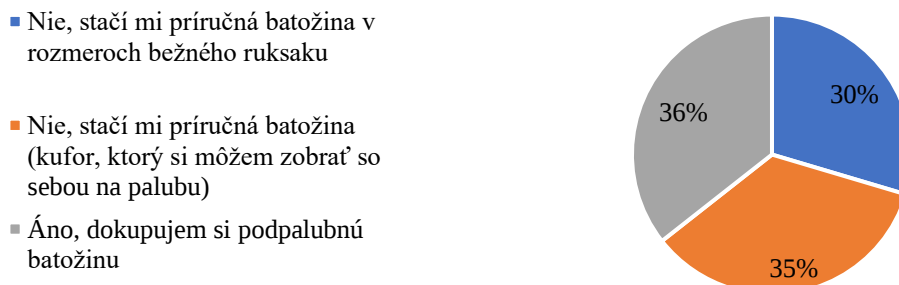


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Pri otázke ohľadom najčastejšie využívanej prepravnej triedy, bola jednoznačná odpoveď u drvivej väčšiny respondentov Economy class, a to až u 94 %. Tento výsledok z danej otázky nášho prieskumu potvrdzujú aj iné výsledky, pri ktorých sme mohli vidieť, že predovšetkým cena, je rozhodujúci parameter pre respondentov vid' grafy 11 a 14. Práve

pre ekonomickú triedu je charakteristická nízka cena, letenky ponúkané do ekonomickej triedy sú najlacnejšie a neposkytujú také služby a komfort počas cesty ako prepravné triedy vyššej kategórie.

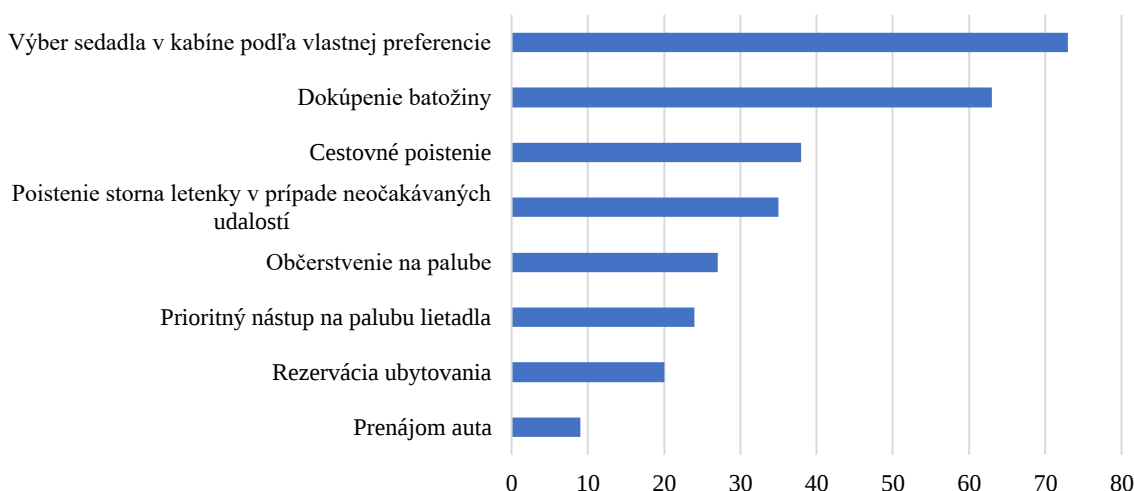
Graf 16 – Využívanie príručnej a podpalubnej batožiny



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Graf 16 predstavuje vyjadrenia respondentov a ich prístup k nákupu príručnej batožiny prípadne podpalubnej batožiny. V sledovanom grafe môžeme pozorovať, približne rovnaké hodnoty v každej kategórii. Respondenti najčastejšie využívajú možnosť dokúpenia podpalubnej batožiny, ktorá poskytuje pri plánovanom dlhšom období strávenom v zahraničí dostatok priestoru na osobné veci. Najmenej respondentom stačí iba príručná batožina o veľkosti ruksaku. Ruksak je zároveň najčastejšou formou pri cestovaní nízkonákladovými leteckými dopravcami a cestujúci, ktorí cestujú na pár dní a nepotrebnú pri tom veľké množstvo osobných vecí. Ako zlatú strednú cestu by sme vyhodnotili príručnú batožinu v podobe kufra, ktorý môže ísť na palubu lietadla. V tejto možnosti sa spája komfort z cestovania a väčší priestor na úschovu osobných vecí.

Graf 17 – Doplnkové služby zakúpené počas bookingu letenky



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Súčasťou dotazníka bola aj otázka na respondentov aké doplnkové služby využívajú pri bookingu letenky, ktoré majú počas procesu k dispozícii, pričom respondenti mali možnosť označiť viac možností. V dotazníku sme poskytli možnosti najčastejšie využívaných doplnkových služieb, s ktorými sme sa stretli. Najviac respondentov (73) označilo možnosť výberu sedadla v kabíne podľa vlastnej preferencie ako službu, ktorú si kupujú počas bookingu, batožinu si dopuje 63 respondentov, v tom to prípade sme nediferencovali či sa jedná o podpalubnú alebo príručnú batožinu.

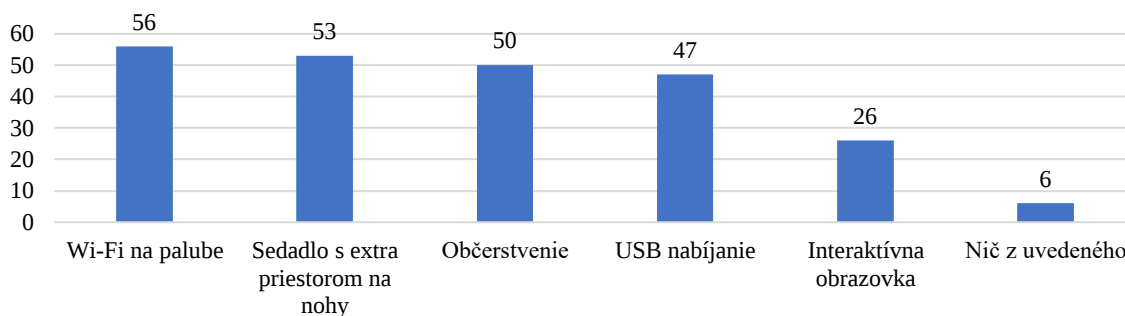
Možnosti poistenia či už cestovného poistenia, prípadne poistenia storna letenky v prípade neočakávaných udalostí využíva približne $\frac{1}{4}$ respondentov, kde letecký dopravca figuruje ako sprostredkovateľ a poisťný vzťah cestujúci uzatvára najčastejšie so zmluvne zabezpečenou poisťovňou.

Stravovanie na palube lietadla sa do veľkej miery líši, nakoľko tieto služby, každý dopravca poskytuje v inej forme a rozsahu. Tiež je potrebné spomenúť, že občerstvenie na palube lietadla vyzerá inak pri short haul lete ako pri ultra long haul lete, kde má cestujúci podávané aj teplé jedlá, nápoje a iné. Túto možnosť však označilo 27 respondentov, kde najčastejšie je to spojené aj s výberom konkrétneho jedla, ktoré chce mať cestujúci počas letu. Doplnkovú službu prioritný nástup na palubu lietadla označilo len 24 respondentov. Táto služba býva často aj súčasťou niektorých drahších taríf v rámci ekonomickej triedy alebo aj v základe biznis a prvej triedy u klasických leteckých dopravcov.

Menší počet respondentov bol zaznamenaný pri rezervácii ubytovania počas procesu bookingu letenky, konkrétne túto možnosť označilo 20 respondentov. Pri tejto možnosti má však respondent k dispozícii väčšie množstvo iných alternatív rezervačných portálov s ubytovaním ako booking.com alebo airbnb.com. Najmenší záujem respondenti (9) prejavili o rezerváciu automobilu v cieľovej destinácii.

Problematiku doplnkových služieb zakúpených počas bookingu letenky vo vzťahu k veku respondenta budeme hlbšie analyzovať v ďalšej podkapitole.

Graf 18 – Využívané služby na palube lietadla



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Využívané služby na palube lietadla predstavujú služby, za ktoré respondent pripláca poplatok, sú zahrnuté v cene letenky alebo sú k dispozícii zadarmo. Najviac respondentov využíva Wi-Fi internetové pripojenie na palube lietadla, čo je hlavne pri dlhých letoch výhodné a praktické avšak svoje miesto si táto služba nájde aj pri letoch short haul alebo medium haul.

Druhá najčastejšia služba je sedadlo s extra priestorom na nohy, každé lietadlo má inú konfiguráciu a takéto sedadlá sa nachádzajú vždy na inom mieste podľa typu lietadla a dĺžky letu. Pri tomto type sedadla platí, že jeho cena je o niečo vyššia ako pri klasickom, ale poskytuje väčšie pohodlie počas letu.

Občerstvenie na palube lietadla využíva celkovo 50 respondentov. Do tejto kategórie spadá jedlo, rýchle občerstvenie ako aj alkoholické a nealkoholické nápoje. V prípade nízkonákladových leteckých dopravcov je možné si občerstvenie zakúpiť počas procesu bookingu letenky, alebo priamo počas letu. Takáto forma občerstvenia je k dispozícii na krátkych letoch. V prípade letu, ktorý má charakter dlhšieho letu a je prevádzkovaný klasickým dopravcom, je štandardne taktiež podávané teplé jedlo na palube.

Možnosti USB nabíjania označilo 47 respondentov, pričom takouto funkciu nie sú vybavené všetky lietadlá dopravcov, jedná sa skôr o novšie typy lietadiel alebo nejakým spôsobom modernizované. Interaktívna obrazovka poskytuje zvýšený zážitok z letu a zároveň program na strávenie času počas dlhého letu. Túto možnosť označilo len 26 respondentov. Iba 6 respondentov sa vyjadrilo, že nevyužívajú žiadnu spomenutú možnosť.

Všetky spomínané služby do veľkej miery zvyšujú zážitok a pohodlie z celkového letu a let je tak príjemnejší pre samotného cestujúceho. Avšak pri každej službe závisí o aký typ dopravcu sa jedná, aká je prepravná trieda a v neposlednom rade typ lietadla.

4.1.5 Vyhodnotenie závislostí medzi vybranými atribútmi a vekom respondenta

V tejto kapitole sa budeme venovať vyhodnoteniu vybraných parametrov, ktoré majú určitý vplyv na spotrebiteľské správanie a vek respondentov, nakoľko je to jeden z rozhodujúcich činiteľov. Vyhodnotenia sme spracovali na základe zmeny pomeru percent v danej vekovej kategórii a sledovanom parametre. Tabuľky sme spracovali v štatistickom programe SPSS Statistics od spoločnosti IBM.

Tabuľka 4 – Vzťah medzi vekom respondenta a typom leteckého dopravcu

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
Najčastejšie využívaný typ leteckého dopravcu	Charterový letecký dopravca	Počet	4	2	5	3	5
		% podiel	6%	7%	24%	38%	42%
		Váš vek					
	Klasický letecký dopravca	Počet	8	5	5	4	1
		% podiel	12%	18%	24%	50%	8%
		Váš vek					
	Nízkonákladový letecký dopravca	Počet	54	21	11	1	6
		% podiel	82%	75%	52%	12%	50%
		Váš vek					
Spolu		Počet	66	28	21	8	12
		% podiel	100%	100%	100%	100%	100%
		Váš vek					

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Výber vhodného leteckého dopravcu má na spotrebiteľa alebo cestujúceho veľký vplyv, nakoľko s každým typom sú spojené iné služby obsiahnuté v cene letenky. Jednotlivé typy dopravcov môžeme konkretizovať aj na konkrétnych leteckých dopravcov, ale nakoľko v otázke na preferovaného dopravcu mala dominantné postavenie nízkonákladová letecká spoločnosť Ryanair nepovažovali sme to za potrebné pre účely našej práce.

V nasledujúcej analýze sme preto zamerali hlavne na výber dopravcu z pohľadu jeho obchodného modelu vo vzťahu k veku respondenta. Z tabuľky môžeme jasne vidieť, že percentuálny pomer cestujúcich využívajúcich charterovú leteckú dopravu stúpa spolu s rastúcim vekom respondenta. Tento stav môže byť zapríčinený najmä poskytnutým

zvýšeným komfortom pri cestovaní touto formou, nakoľko všetky potrebné náležitosti potrebné na cestovanie zabezpečí cestovná kancelária a letenka je súčasťou balíka zájazdu cestovnej kancelárie. Pri klasickom leteckom dopravcovi, je takisto vidieť percentuálny nárast cestujúcich s rastúcim vekom. Klasický letecký dopravca poskytuje vyšší komfort počas cestovania najmä možnosťou výberu cestovnej triedy alebo zvýšený komfort aj pred cestovaním (možnosť vstupu do VIP salóniku v prípade kúpy letenky do biznis alebo prvej cestovnej triedy). Takéto služby sú pre niektoré vekové kategórie atraktívnejšie oproti nízkonákladovému dopravcu aj s vedomím vyššej ceny letenky. Nízkonákladovú leteckú dopravu využívajú predovšetkým mladšie ročníky, pre ktoré je hlavné, aby cestovali lacno, čo im takýto dopravca umožní. V našej tabuľke je vidieť, značný pokles pomeru cestujúcich využívajúcich tento typ dopravcu s rastúcim vekom, kedy spotrebitelia siahnu po alternatívach v podobe klasického dopravcu alebo charterového dopravcu.

Na základe zistených skutočností z dotazníkového prieskumu môžeme pozorovať, že vek respondent mal vplyv na výber dopravcu, čiže môžeme predpokladať existujúcu závislosť medzi vekom respondenta a výberom leteckého dopravcu na základe obchodného modelu dopravcu.

Tabuľka 5 – Vzťah medzi vekom respondenta a platenými doplnkovými službami

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
Najčastejšie kupované doplnkové služby pri bookingu letenky?	Výber sedadla v kabíne podľa vlastnej preferencie	Počet	32	14	14	6	7
		% podiel Váš vek	25%	27%	25%	25%	27%
	Dokúpenie batožiny	Počet	28	16	10	3	6
		% podiel Váš vek	22%	31%	18%	13%	23%
	Prioritný nástup na palubu lietadla	Počet	11	2	10	3	0
		% podiel Váš vek	9%	4%	18%	13%	0%
		Počet	9	5	7	2	2

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
	Občerstvenie na palube	% podiel Váš vek	7%	10%	12%	8%	8%
	Poistenie storna	Počet	15	4	8	4	3
	letenky v prípade neočakávaných udalostí	% podiel Váš vek	12%	8%	14%	17%	12%
	Cestovné poistenie	Počet	18	7	5	3	5
		% podiel Váš vek	14%	13%	9%	13%	19%
	Prenájom auta	Počet	4	2	0	1	2
		% podiel Váš vek	3%	4%	0%	4%	8%
	Rezervácia ubytovania	Počet	12	2	3	2	1
		% podiel Váš vek	9%	4%	5%	8%	4%
	Spolu	Počet	129	52	57	24	26
		% podiel Váš vek	100%	100%	100%	100%	100%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Doplňkové služby počas bookingu letenky predstavujú služby, za ktoré je cestujúci povinný vynaložiť extra finančné prostriedky, pričom dané poplatky sú započítané v celkovej cene, ktorú cestujúci zaplatí. Na konci celého procesu bookingu má aj okrem samotnej letenky aj priplatené doplnkové služby, za ktoré už nebude platiť. Na takéto služby majú predovšetkým vplyv osobné preferencie cestujúcich, ktoré letecká spoločnosť nevie ovplyvniť, ale v prípade vhodných cenových možností vie motivovať k ich kúpe.

V sledovanej analýze z tabuľky 5 vidíme, že najobľúbenejšia doplnková služba pri všetkých vekových kategóriach je výber sedadla podľa vlastnej preferencie, počet respondentov v tomto prípade predstavuje v priemere 25 % cestujúcich. Výber preferovaného sedadla je u každého cestujúceho iný nakoľko do toho zasahujú rôzne faktory. Možnosť dokúpenia batožiny tiež v priemere využíva 1/5 cestujúcich vo všetkých vekových

kategóriách. Túto službu využívajú hlavne cestujúci, ktorí cestujú za dovolenkou a ich pobyt predstavuje niekoľko nocí v danej destinácii. V prípade prioritného nástupu do lietadla sme zaznamenali, že výsledky nemajú žiadnu tendenciu rastu spojenú s vekom, preto sme túto službu vyhodnotili ako službu, ktorá nie je ovplyvňovaná vekom respondenta, ale skôr jeho osobnými preferenciami ohľadom cestovania. Občerstvenie na palube je služba, ktorá môže byť zakúpená počas samotného bookingu, ale niektoré letecké spoločnosti disponujú možnosťou zakúpenia občerstvenia aj počas samotného letu. V našom výskume môžeme pozorovať, že túto možnosť si s rastúcim vekom kupuje väčšie percento cestujúcich čím si zabezpečia, že nimi zvolené a objednané občerstvenie počas toho letu dostanú. Najmenej túto službu využíva veková kategória od 18 do 23 rokov. Poistenie storna letenky v prípade nečakaných udalostí je služba, ktorá zabezpečí cestujúcemu vrátenie vynaložených prostriedkov v prípade, že nevycestuje. Možnosti storna letenky poskytujú aj niektoré letecké tarify v jednotlivých cestovných triedach, v každom prípade, je na rozhodnutí leteckej spoločnosti do akej miery danú službu poskytnúť. Môžeme tiež pozorovať, že výsledky nemajú rastúci ani klesajúci charakter vo vzťahu k veku respondenta, preto by sme to tiež vyhodnotili ako službu, na ktorú vek respondenta nemá výrazný vplyv. Cestovné poistenie je služba, ktorá je veľmi výhodná a užitočná pri cestovaní, nakoľko má cestujúci záruku, že za prípadné zdravotné ošetrovanie v destinácii bude náklady znášať zdravotná poisťovňa, s ktorou bolo cestovné poistenie zmluvne uzatvorené. V tomto prípade tvrdíme, že vek respondenta tiež nie je faktorom, ktorý by zaručil možnú kúpu danej služby cestovného poistenia počas procesu bookingu. Medzi najmenej využívané doplnkové služby patrí hlavne prenájom auta a rezervácia ubytovania, kde sme nezaznamenali vysoké hodnoty ani počty odpovedí. V prípade možností rezervácia ubytovania existuje veľké množstvo konkurenčných rezervačných portálov, ktoré dokážu mať výhodnejšie cenové ponuky ako letecký dopravca eventuálne aj väčší počet poskytovaných ubytovaní.

V celkovom hodnotení sa domnievame, že doplnkové služby zakúpené počas bookingu nie sú determinované vekom respondenta, ale najmä jeho osobnými preferenciami ohľadom cestovania a možnými podnetmi z okolitého prostredia, či už je to referenčná skupina, rodina alebo samotná letecká spoločnosť. V tejto časti bakalárskej práce zároveň dochádza k zodpovedaniu výskumnej otázky č. 2 a to: „*V akom rozsahu vek vplýva na výber poskytovaných služieb počas prepravnej služby?*“ Na základe analýzy výsledkov z prieskumu konštatujeme, že vek nemá veľký vplyv na výber poskytovaných služieb počas prepravnej služby a počas procesu bookingu letenky.

Tabuľka 6 – Vzťah medzi vekom respondenta a cenou letenky

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
Cena letenky	Nedôležité	% podiel Váš vek	0%	0%	0%	0%	0%
	Málo dôležité	% podiel Váš vek	3%	4%	5%	13%	0%
	Neutrálne	% podiel Váš vek	8%	11%	24%	13%	8%
	Dôležité	% podiel Váš vek	23%	25%	24%	50%	42%
	Veľmi dôležité	% podiel Váš vek	67%	61%	48%	25%	50%
Spolu			100%	100%	100%	100%	100%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Cenu letenky ako veľmi dôležitý rozhodovací faktor sme v našej práci už niekoľkokrát spomínali. V tabuľke 6 sme sa zamerali na faktor ceny letenky na škále dôležitosti z pohľadu veku respondenta. Z tabuľky je zrejmé, že spotrebiteľ hodnotí cenu letenky ako veľmi dôležitý faktor vo všetkých vekových kategóriách. Zároveň je vo všetkých vekových kategóriách zachovaná postupnosť škály dôležitosti. Pri cene ako faktore vplývajúcom na spotrebiteľské správanie sme nezaznamenali ani jednu odpoveď zo 135 respondentov, ktorá by bola vyslovene nedôležitá pre respondentov.

Tabuľka 7 – Vzťah medzi vekom respondenta a časom odletu a priletu

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
Čas odletu alebo priletu	Nedôležité	% podiel Váš vek	2%	7%	5%	0%	0%
	Málo dôležité	% podiel Váš vek	5%	4%	10%	13%	8%
	Neutrálne	% podiel Váš vek	27%	21%	24%	0%	17%
	Dôležité	% podiel Váš vek	44%	39%	33%	50%	67%

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
	Veľmi dôležité	% podiel Váš vek	23%	29%	29%	38%	8%
Spolu			100%	100%	100%	100%	100%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

V pozorovaní vzťahu medzi vekom respondenta a časom odletu alebo príletu môžeme vyhodnotiť, že pre väčšinu respondentov v každej vekovej kategórii je to dôležité prípadne veľmi dôležité. Z toho môžeme usúdiť, že respondenti si pred kúpou letenky vyberajú v akých časoch by najradšej let absolvovali či už je to cesta tam alebo späť dom. Predovšetkým s časom odletu sú spojené aj potrebné časové rezervy, ktoré respondent musí zobrať do úvahy ako napríklad časová dostupnosť letiska, potrebný čas na check-in alebo odovzdanie batožiny. Môžeme sa domnievať, že väčšina respondentov venuje dostatočnú pozornosť výberu odletu a rozhodujú sa aj na základe ich možností, aby úspešne odcestovali.

Tabuľka 8 – Vzťah medzi vekom respondenta a možnosťou priameho letu

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
Priamy let	Nedôležité	% podiel Váš vek	0%	7%	0%	0%	0%
	Málo dôležité	% podiel Váš vek	2%	0%	10%	0%	0%
	Neutrálne	% podiel Váš vek	12%	29%	10%	0%	0%
	Dôležité	% podiel Váš vek	47%	18%	43%	25%	42%
	Veľmi dôležité	% podiel Váš vek	39%	46%	38%	75%	58%
Spolu			100%	100%	100%	100%	100%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Pozorovaný vzťah môžeme označiť za dôležitý v každej vekovej kategórii, nakoľko je vidieť, že vo väčšine je minimálny alebo žiadni respondent, pre ktorého by to bolo nedôležité. Veľká väčšina respondentov uprednostňuje priamy let pred možným prestupom.

Avšak v prípade vekových kategórií „36 – 41“ a „42 a viac“ môžeme pozorovať, že pre nadpolovičnú väčšinu je veľmi dôležité aby bol daný let priamy. Na základe toho môžeme teda konštatovať, že v prípade veku respondenta a možnosťou priameho letu existuje určitá závislosť. Z tohto však musíme vynechať lety, kde je prestup potrebný. Podmienky Slovenska na lietanie sú do značnej miery obmedzené nakoľko neexistuje žiadna linka v našich podmienkach, ktorá by bola charakterizovaná ako long haul let alebo ultra long haul let. Pre tento typ letov je tu možnosť využitia letísk vo Viedni, Budapešti alebo v Prahe, ktoré prevádzkujú aj tento typ letov. S tým sú aj spojené možnosti využitia priamych letov do vzdialených destinácií bez nutného prestupu.

Tabuľka 9 – Vzťah medzi vekom respondenta a výberom letiska v cieľovej destinácii

			Vek				
			18 - 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 a viac
Výber letiska v cieľovej destinácii	Nedôležité	% podiel Váš vek	6%	7%	5%	0%	8%
	Málo dôležité	% podiel Váš vek	12%	7%	5%	0%	0%
	Neutrálne	% podiel Váš vek	24%	32%	29%	25%	42%
	Dôležité	% podiel Váš vek	38%	29%	24%	50%	33%
	Veľmi dôležité	% podiel Váš vek	20%	25%	38%	25%	17%
Spolu			100%	100%	100%	100%	100%

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu

Táto možnosť je tiež do veľkej miery dôležitým faktorom pre našich respondentov v prípade lietania do určitej destinácie. V tomto prípade však musíme podotknúť, že možnosť výberu letiska nie je k dispozícii v pri každej destinácii, ale predovšetkým pri miestach, kde je populácia niekoľko miliónov obyvateľov (Londýn, Paríž, Rím, ...). Ďalej spomenieme fakt, že hlavné letiská sú zároveň aj tzv. „hubom“ vybraných klasických leteckých dopravcov, preto v niektorých prípadoch obľúbený nízkonákladový dopravca nemusí prevádzkovať lety na tieto letiská, a tak cestujúci musí počítat s extra poplatkami za dopravu do svojho finálneho cieľa z tzv. sekundárneho letiska, vzdialeného viac od centra mesta.

Z celkového hľadiska môžeme tvrdiť, že možné peňažné úspory na cestovaní našich respondentov sú veľmi dôležité a kladú dôraz aj na určitý štandard pri cestovaní, ako môže byť aj výber letiska v cieľovej destinácii alebo možnosť využitia priameho letu. Môžeme pozorovať, že aj rozdiely v jednotlivých pomeroch percent vo vekových kategóriách nie sú nejakým spôsobom veľmi výrazné a z toho vyhodnotiť, že vek respondenta na dané parametre nemá významný vplyv. Domnievame sa, že na respondentov z nášho prieskumu majú vplyv aj iné faktory ako je ich vek.

5 Záver

Letecká doprava spolu s cestovným ruchom je veľmi populárna medzi širokou vekovou skupinou obyvateľstva a poskytuje možnosti ako spoznať niečo nové či už je to kultúra, jazyk, jedlo alebo ľudia. Letecká doprava predstavuje najrýchlejšiu možnosť dopravy do cieľovej destinácie a hlavne v úspore času má bezkonkurenčné postavenie. Zároveň sloboda cestovania nám otvára veľa možností ako spoznať veľkú časť sveta bez nejakých problémov.

Pri vypracovávaní teoretickej časti záverečnej práce sme si rozšírili poznatky z oblasti cestovného ruchu a nadobudli nové odborné poznatky z leteckej dopravy a spotrebiteľského správania. Vysvetlili a zadefinovali sme pojmy vo všetkých spomínaných oblastiach, predstavili výkony leteckej dopravy, ktoré boli do veľkej miery postihnuté svetovou pandémiou COVID-19. Pre uvoľňujúce sa opatrenia krajín sa výkony leteckej dopravy pomaly dostávajú na predpandémiové čísla. Spotrebiteľské správanie je stále prebiehajúci proces rozhodovania a určovania nákupných preferencií cestujúcich alebo aj spotrebiteľov vo všeobecnosti. Cieľom záverečnej práce bolo na základe analýzy výsledkov dotazníkového prieskumu identifikovať špecifiká spotrebiteľského správania cestujúcich pri výbere leteckej dopravy. Tento cieľ sme sa pokúsili naplniť pomocou metódy dopytovania. Praktickú časť záverečnej práce sme koncipovali ako dotazníkový ad-hoc prieskum, pričom sme sa snažili pochopiť samotné rozhodovanie spotrebiteľov a ich preferencie na základe ich odpovedí. Pomocou vyhodnotení odpovedí sme získali aj odpovede na naše ciele práce a aj odpovede na výskumné otázky, ktoré nám pomohli pri vyhodnocovaní. Možno konštatovať, že medzi najdôležitejší faktor ovplyvňujúci spotrebiteľské správanie patrí cena letenky, ktorú musí cestujúci zaplatiť. Tento fakt sa nám podarilo potvrdiť vo viacerých výsledkoch ako je preferovaný letecký dopravca našich respondentov, skutočnosť, že si vyberajú hlavne nízko-nákladových dopravcov ako aj to, že využívajú prevažne ekonomickú cestovnú triedu. Všetky zmienené skutočnosti sa vyznačujú ako ekonomicky najpriateľnejšie, pričom naši respondenti najčastejšie cestujú so spoločnosťou Ryanair. Spolu s cenou letenky boli pre našich respondentov dôležité aj atribúty, ktoré zvyšujú komfort pri cestovaní ako vybrané doplnkové služby na palube lietadla (občerstvenie, sedadlo s extra priestorom na nohy) alebo služby dokupované počas procesu bookingu (preferované sedadlo v kabíne lietadla, dokúpenie batožiny). Dostupné možnosti na využívanie webov s výhodnými ponukami na lacné letenky sú pre našich respondentov tiež veľmi populárne a vyhľadávajú aj takéto informácie, nechávajú sa tiež inšpirovať aj ponukami

konkrétnych leteckých dopravcov pri plánovaní svojej budúcej cesty. V našej práci sme tiež pozorovali, že pre respondentov sú dôležité aj ich predošlé skúsenosti s daným leteckým dopravcom a berú do úvahy aj referencie od svojho okolia. Pri overovaní závislostí, či vek respondenta je rozhodujúci parameter pri výbere vhodného leteckého dopravcu sme dospeli k záveru, že vek mal vplyv najmä pri výbere dopravcu na základe jeho obchodného modelu t. j. či je klasický, nízkonákladový alebo charterový. Z daných výsledkov sme mohli pozorovať, že s rastúcim vekom nastáva aj zmena a cestujúci sa viac zameriavajú na charterových a klasických dopravcom v porovnaní s nízkonákladovými. Pri skúmaní ostatných závislostí sme zistili, že vek nepredstavoval až taký dôležitý faktor pri rozhodovanom procese pričom väčšina rozhodnutí bola ovplyvňovaná inými motívami respondenta.

V závere by sme chceli zhodnotiť, že stanovený hlavný cieľ záverečnej práce sme dosiahli a naplnili sme aj čiastkové ciele záverečnej práce. Získali sme odpovede na výskumné otázky, ktoré sme zodpovedali vo vyhodnocovaní výsledkov dotazníkového prieskumu. Na základe výsledkov môžeme predpokladať, že cena v spojitosti s nízkonákladovou leteckou dopravou bude aj naďalej veľkým motívom, predovšetkým pre mladých ľudí, k tomu aby cestovali a spoznávali nové miesta.

Zoznam použitej literatúry

- [1] AIR FRANCE. *Air France : Book a flight* [online]. Air France, 2022. [07.12.2022]
Dostupné na: <https://www.airfrance.sk>
- [2] ALLAZ, Camille. *The History of Aircargo and Airmail from the 18th century*. 2. vyd. Paríž : Christopher Foyle Publishing, 2004. 403 s. ISBN 1-902579-82-8
- [3] CURRAN, Andrew. *Simply Flying : The Differences Between Full Service & Low Cost Carriers* [online]. Simply Flying, 06.06.2022. [07.12.2022] Dostupné na: <https://simpleflying.com/full-service-vs-low-cost/>
- [4] DILEEP, M.R. – KURIEN, Ajesh. *Air Transport and Tourism : Interrelationship, Operations and Strategies*. 1. vyd. New York : Taylor & Francis Group, 2022. 461 s. ISBN 978-10-0313-692-7.
- [5] EMIRATES. *Emirates : Book a flight* [online]. Emirates, 2022. [07.12.2022]
Dostupné na: <https://fly2.emirates.com/CAB/IBE/SearchAvailability.aspx>
- [6] FLETCHER, John, et al. *Tourism : Principles and Practice*. 6. vyd. Harlow : Pearson Education Limited, 2018. 623 s. ISBN 978-1-292-17236-1
- [7] GRAHAM, Anne – DOBRUSZKES, Frederic. *Air Transport : A Tourism Perspective*. Amsterdam : Elsevier, 2019. 249 s. ISBN 978-0-12-812857-2
- [8] IATA-a. *Annual Review 2022* [online]. IATA, 06.2022. [30.10.2022]. Dostupné na: <https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/annual-review-2022.pdf>
- [9] IATA-b. *Air Passenger Market Analysis : Air Passenger Monthly Analysis – August 2022* [online]. IATA, 05.10.2022. [30.10.2022]. Dostupné na: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/air-passenger-monthly-analysis---august-2022/>
- [10] IATA-c. *Global Outlook for Air Transport : Sustained Recovery Amidst Strong Headwinds* [online]. IATA, 12.2022. [30.10.2022] Dostupné na: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/global-outlook-for-air-transport---december-2022/>
- [11] IATA. *Industry Statistics : Fact Sheet* [online]. IATA, 10.2021. [30.10.2022]
Dostupné na: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance---october-2021---data-tables/>
- [12] ICAO. *Aviation Satellite Account : Recommended Methodological Framework Draft* [online]. Montreal : ICAO, 16.09.2019. [15.12.2022] Dostupné na:

<https://www.icao.int/sustainability/Satellite/Documents/Draft%20Aviation%20Satellite%20Account%20Methodological%20Framework.pdf>

[13] ICAO. *Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation : Economic Impact Analysis* [online]. Montreal : ICAO, 30.11.2022. [30.10.2022]. Dostupné na: [https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-](https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf)

[19/ICAO Coronavirus Econ Impact.pdf](https://www.icao.int/sustainability/Documents/COVID-19/ICAO_Coronavirus_Econ_Impact.pdf)

[14] ICAO. *Presentation of 2020 Air Transport Statistical Results* [online]. Montreal : ICAO, 2021. [30.10.2022] Dostupné na: [https://www.icao.int/annual-report-2020/Documents/ARC_2020 Air%20Transport%20Statistics final sched.pdf](https://www.icao.int/annual-report-2020/Documents/ARC_2020_Air%20Transport%20Statistics_final_sched.pdf)

[15] ICAO. *Review of the classification and definitions used for civil aviation activities* [online]. Montreal : ICAO, 27.11.2009. [07.02.2023]. Dostupné na: https://www.icao.int/Meetings/STA10/Documents/Sta10_Wp007_en.pdf

[16] KOLESÁR, Ján – HANÁK, Peter – SOCHA, Vladimír. *Letecká preprava osôb a batožín*. Praha : České vysoké učení technické v Prahe, 2020. 151 s. ISBN 978-80-01-06629-4

[17] LUFTHANSA. *Lufthansa : Home page* [online]. Lufthansa, 2022. [07.12.2022] Dostupné na: <https://www.lufthansa.com/sk/en/homepage>

[18] NOVACKÁ, Ľudmila a kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. 3. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, 2014. 476 s. ISBN 978-80-225-3948-7

[19] NOVACKÁ, Ľudmila a kol. *Súčasnosť cestovného ruchu v trajektórií budúcnosti*. 1. vyd. Bratislava : VeRBuM, 2020. 370 s. ISBN 978-80-88356-05-9

[20] PAPATHEODOROU, Andreas. *Annals of Tourism Research : A review of research into air transport and tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Air Transport and Tourism* [online]. Amsterdam : Elsevier, 27.01.2021, roč. 87, č. Marec 2021, s. 17, [15.12.2022] ISSN 0160-7383. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103151>

[21] PRASAD, Ram Komal – JHA, Manoj. *Consumer buying decisions models : A descriptive study* [online]. Mumbai : Innovative Space of Scientific Research Journals. 03.07.2014, roč. 6, č. 3, s. 335-351, [23.11.2022] ISSN 2028-9324. Dostupné na: [https://www.researchgate.net/publication/305727378 Consumer buying decisions models A descriptive study](https://www.researchgate.net/publication/305727378_Consumer_buying_decisions_models_A_descriptive_study)

[22] PRUŠA a kol. *Svet leteckej dopravy*. 1.vyd. Praha : Galileo CEE ČR s r. o., 2008. 321 s. ISBN 97880-8073-938-6.

- [23] PRUŠA, Jiří a kol. *Svět letecké dopravy*. 2. vyd. Praha : Galielo Training s. r. o., 2015. 643 s. ISBN 978-80-260-8309-2.
- [24] RAJAGOPAL. *Contemporary marketing strategy : Analyzing Consumer Behavior to Drive Managerial Decision Making*. Cham : Palgrave Macmillan, 2019. 273 s. ISBN 978-3-030-11911-9
- [25] RHAODES, Dawna L. *Evolution of International Aviation*. 3. vyd. Burlington : Ashgate Publishing Limited, 2014. 329 s. ISBN 978-1-4724-2018-3
- [26] RICHTEROVÁ, Kornélia a kol. *Spotrebiteľské správanie*. 1. vyd. Bratislava : SPRINT 2 s. r. o., 2015. 404 s. ISBN 978-80-89710-18-8
- [27] RYANAIR. *Ryanair : Flights* [online]. Ryanair, 2022. [07.12.2022] Dostupné na: <https://www.ryanair.com/ie/en>
- [28] SCOTT A; Cohen – GIRISH, Prayag – MIGUEL, Moital. *Consumer behaviour in tourism : Concepts, influences and opportunities, Current Issues in Tourism* [online]. New York : Taylor & Francis Group, 09.09.2013, roč. 17, č. 10, s. 872-902, [15.11.2022] ISSN 1747-7603. Dostupné na: [10.1080/13683500.2013.850064](https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064)
- [29] SMITH, Andrew. *Consumer Behaviour and Analytics*. New York : Taylor & Francis Group, 2020. 202 s. ISBN 978-0-429-48992-1
- [30] UNITED AIRLINES. *United Airlines : Book* [online]. United Airlines, 2022. [07.12.2022] Dostupné na: <https://www.united.com/en/us>
- [31] UNITED AIRLINES. *United Airlines : Traveling with children* [online]. United Airlines, 2023. [30.01.2023] Dostupné na: <https://www.united.com/en/us/fly/travel/accessibility-and-assistance/traveling-with-children.html>
- [32] UNWTO. *Glossary of tourism terms* [online]. Madrid : UNWTO, 2008. [10.11.2022]. Dostupné na: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- [33] WTTC. *Travel & Tourism Economic Impact 2022 : Global Trends* [online]. WTTC, 08.2022. [30.10.2022]. Dostupné na: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>

Prílohy

Príloha č. 1.: Dotazníkový prieskum