

Utjecaj niskotarifnih aviokompanija na mobilnost studenata Sveučilišta u Zagrebu

Shek Brnardić, Helena

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:964374>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-31**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno - matematički fakultet
Geografski odsjek

Helena Shek Brnardić

Utjecaj niskotarifnih aviokompanija na mobilnost studenata Sveučilišta u Zagrebu

Prvostupnički rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Martina Jakovčić

Ocjena: _____

Potpis: _____

Zagreb, kolovoz 2019.

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Prvostupnički rad

Utjecaj niskotarifnih aviokompanija na mobilnost studenata Sveučilišta u Zagrebu

Helena Shek Brnardić

Izvadak: Tema ovoga prvostupničkoga rada je istraživanje uolikoj mjeri niskotarifne (*low-cost*) aviokompanije utječu na mobilnost studenata u Zagrebu, poglavito sa zagrebačkoga Prirodoslovno – matematičkoga fakulteta. Niskotarifne aviokompanije su zadnjih 15-ak godina postale izrazito popularne u Europi, pa tako i u Hrvatskoj zbog niskih cijena letova koje pružaju u odnosu na uobičajene *full service* (puna usluga) aviokompanije. Zbog toga se u sklopu ovoga rada provela Google anketa koju su ispunjavali studenti PMF-a kako bi se istražilo da li je to utjecalo na veće korištenje aviokompanija takve vrste od strane studenata. Uzorak je sakupljen na studentima s različitih fakultetskih odsjeka (Geografskoga, Biološkoga, Kemijskoga i Matematičkoga). U anketi su se ispitali motivi i učestalost putovanja studenata, najčešće odredište putovanja zrakoplovom, njihovi stavovi u odnosu na temu rada te preferiraju li niskotarifne ili *full-service* aviokompanije. Rezultati ankete podvrgavaju se daljnjoj analizi i na temelju njih se zaključuje utječu li niskotarifne aviokompanije te uolikoj mjeri na mobilnost studenata navedenog fakulteta. Isto tako se procjenjuje koliki će taj utjecaj biti u budućnosti. U radu se također objašnjava način rada niskotarifnih aviokompanija, na koji način uspijevaju drastično smanjivati cijene te njihov položaj u Hrvatskoj.

29 stranica, 12 grafičkih priloga, 12 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: *low-cost*, niskotarifne aviokompanije, studenti, PMF, Zagreb

Voditelj: izv. prof. dr. sc. Martina Jakovčić

Tema prihvaćena: 7. veljače 2019. godine

Datum obrane: 6. rujna 2019. godine

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb
Faculty of Science
Department of Geography

Undergraduate Thesis

The influence of low-cost airlines on the mobility of students at the University of Zagreb

Helena Shek Brnardić

Abstract: The topic of the Undergraduate Thesis is to explore the extent to which low-cost airlines affect the mobility of students in Zagreb, i.e. from the Zagreb's Faculty of Science. Low-cost airlines have become extremely popular in Europe in the last 15 years, also in Croatia due to the low prices they provide in relation to the usual airlines. For this reason, an online survey was conducted for the students of the Faculty of Science to investigate whether it influenced the students to use more of this kind of airlines. The sample was collected on students from different faculty departments (geographic, biological, chemical and mathematical). The survey examined the motives and frequency of student travel, where they usually travel by airplane, their attitudes related to the topic, and whether they prefer more low-cost or full-service airlines. The results of the survey are further analyzed and based on these, it is concluded whether low-cost airlines affect the mobility of the students of the mentioned faculty and to what extent. It is also estimated how big this impact will be in the future. This paper also explains the way that low-cost airlines operate and how they manage to drastically lower their prices and their position in Croatia.

29 pages, 12 figures, 12 references; original in Croatian

Faculty of Science, Zagreb

Supervisor: assoc.prof.dr.sc. Martina Jakovčić

Undergraduate Thesis title accepted: 7th of February 2019.

Undergraduate Thesis defense: 6th of September 2019.

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

Sadržaj:

1. UVOD	1
2. NISKOTARIFNE AVIOKOMPANIJE	2
2.1. Općenito	2
2.2. Povijest	3
2.3. Specifičnosti rada niskotarifnih aviokompanija	4
2.4. Niskotarifne aviokompanije u Hrvatskoj.....	9
3. ISPITIVANJE STAVOVA I NAVIKA STUDENATA PMF-A	10
3.1. Rezultati i analiza ankete.....	11
3.2. Popusti za studente	20
4. ZAKLJUČAK	22
LITERATURA:	23

1. UVOD

Sve donedavno turisti, poslovni korisnici i skupina koja posjećuje prijatelje i rodbinu (tzv. „Friends & Relatives“ skupina) bili su uobičajeni korisnici zračnoga prijevoza na koje se aviokompanije najčešće koncentriraju i prilagođavaju svoju ponudu. Međutim, kako su se cijene karata avioprijevoza sve više i više spuštale, tako su se na tom popisu u zadnje vrijeme počeli pojavljivati i studenti koji se sve češće odlučuju na ovu vrstu prijevoza. Posebno treba naglasiti kako su upravo niskotarifne aviokompanije one koje su najzaslužnije za širu dostupnost letenja što je nekad predstavljao čisti luksuz koji su si mogli priuštiti samo oni dubljih džepova.

Cilj je ovog rada utvrditi utječu li niskotarifne aviokompanije na mobilnost zagrebačkih studenata, u kojoj mjeri te koliki će taj utjecaj biti u budućnosti. Zbog toga je u sklopu ovoga rada provedena online anketa za studente zagrebačkog Prirodoslovno – matematičkog fakulteta (dalje PMF). Također su ispitane hipoteze o navikama studenata što se tiče putovanja (npr. putuju li najčešće turistički, odlučuju li se češće za niskotarifne avioprijevoznike, itd.) te će se analizom rezultata ankete te iste hipoteze prihvatiti, odbaciti ili djelomično odbaciti.

Uz navedenu anketu, metoda rada bila je i analiza stručne i znanstvene literature vezane za temu niskotarifnih aviokompanija kako bi se objasnilo po čemu su specifične po načinu rada te na koji način održavaju izrazito niske cijene prijevoza. Sljedeće poglavlje se bavi položajem niskotarifnih aviokompanija u Hrvatskoj, na kojim zračnim lukama najviše imaju udjela (u Hrvatskoj i u Europskoj Uniji) te općenito o njihovom aktualnom položaju u Hrvatskoj.

2. NISKOTARIFNE AVIOKOMPANIJE

2.1. Općenito

Danas postoji oko 30 niskotarifnih prijevoznika u Europi a u svijetu ukupno stotinjak (Marković, 2017). Njihov broj često varira i nekoliko puta na godinu zbog toga što dolazi do čestog osnivanja novih niskotarifnih aviokompanija kao *start-up* tvrtki u različitim zemljama, no jednako često i propadaju nakon kratkog perioda (ne samo novonastale tvrtke, već i neke s dugogodišnjim poslovanjem poput njemačkog Air Berlina ili islandskog WOW Aira koji su relativno nedavno proglasili stečaj).

Među niskotarifnim aviokompanijama najpoznatija, najveća i najuspješnija europska imena su irski Ryanair (kao najstarija tvrtka takve vrste u Europi) i britanski EasyJet. One su ujedno i najstarije niskotarifne aviokompanije u Europi, koje su svoj uspjeh dugovale deregulaciji tržišta 1990-ih godina (Štimac i drugi, 2009). Od ostalih se još ističu Vueling, Jet2.com, Norwegian, Eurowings, itd. Valja spomenuti kako svi navedeni avioprijevoznici spadaju među 20 najboljih niskotarifnih aviokompanija u svijetu (World Airline Awards, 2019; Ryanair, 2019; EasyJet, 2019.).

Kompanije ovakve vrste karakterizira specifičan način poslovanja (o kojem će više biti objašnjeno u jednom od sljedećih poglavlja), a tipične su niske cijene aviokarata, smanjena udobnost putovanja, naplaćivanje dodatnih usluga različitih vrsta, štednja u raznim aspektima poput manje količine osoblja, itd.

2.2. Povijest

Prva prava niskotarifna kompanija nastala je na jugu Sjedinjenih Američkih Država (dalje SAD), a osnovana je još 1949. godine pod imenom Pacific Southwest Airlines. Iako je nastala kao mala regionalna aviokompanija na području Teksasa, jedina je koja bilježi konstantni profit od 1973. godine nadalje. Također valja napomenuti kako se ista u literaturi često miješa s mlađom aviokompanijom Southwest (osnovanoj 1971. godine) kojoj se greškom pripisuju uspjesi Pacific Southwest Airlinesa. (Krajinović i drugi, 2014.; Štimac i drugi, 2009.; Akgüç i drugi, 2018.; PSA, 2019.).



Sl.1. Avion prve niskotarifne aviokompanije South Pacific Airlinesa 1984. godine

Izvor: Airliners, 2019.

Proces deregulacije zračnog prometa također je prvi puta učinjen na američkom tlu 1970-ih godina, a u Europu dolazi tek krajem 1980-ih godina i to u sklopu tri paketa mjera sa završetkom 1992. godine. Neke od važnijih provedenih mjera bile su „liberalizacije tarifa, slobodan pristup tržištu i sporazum o „otvorenom nebu“ (Gašparović i drugi, 2012.; Marković, 2017).

Posljednji korak u sklopu deregulacije donesen je od strane Europske Unije 1997. godine, a omogućavao je aviokompanijama s područja Europske Unije (dalje EU) da mogu obavljati prijevoz putnika u svim drugim zemljama članicama bez ograničenja (Marković, 2017; Gašparović i drugi, 2012).

Prije deregulacije zračnoga prijevoza, situacija je u tom sektoru bila znatno drugačija. Dominirali su nacionalni avioprijevoznici koji su određivali cijene i zbog sklopljenih ugovora međusobno nije ni bilo konkurencije, zračnim lukama upravljala je matična država (čime su uživale beskonačnu novčanu potporu), a plasirati privatnu aviokompaniju na tržište bilo je gotovo nemoguće (Roso, 2017; Banić, 2016).

Nakon paketa deregulacija 1990-ih godina na području Europe došlo je do „eksplozije“ novih niskotarifnih aviokompanija koja traje i dan danas, no ipak nisu sve opstale sve na tržištu. Vrhunac je postignut 1995. godine kada je na tom području osnovano 56 novih niskotarifnih aviokompanija, no već u prvoj godini rada njih 17 proglasilo je stečaj. Početkom 21. stoljeća počinju se širiti i na ostale kontinente, posebice u Aziji (Gašparović i drugi, 2017. prema Sull, 1999.).

2.3. Specifičnosti rada niskotarifnih aviokompanija

Niskotarifne aviokompanije su one koje nude svoje letove po puno nižim cijenama od uobičajenih prijevoznika te vrste, primjerice po 20, 10 ili čak 5 eura za let do drugog dijela Europe (Ryanair, 2019; Wizzair, 2019, Eurowings, 2019). Cijene snižavaju utječući na razne faktore poslovanja koje čine tri osnovne skupine (tzv. „tri jednostavnosti“): jednostavnost proizvoda, jednostavnost usluga i jednostavnost u organizaciji poslovanja (Gašparović i drugi, 2012 prema Gillen, Morrison, 2003.).

Najznačajnije su specifičnosti po kojima se niskotarifne aviokompanije diferenciraju unifikacija putnika (nema *business* klase, *frequent flyer* programa i sl.), usluga prijevoza je pojednostavljena do minimuma bez dodatnih pogodnosti, svi dodaci se moraju plaćati poput većih komada prtljage, hrane, pića, itd. (iako se i potonji često izbjegavaju zbog kratkih ruta).

Prilikom naručivanja aviona kupuje se veliki broj (npr. stotinjak) komada jednoga modela kako bi se smanjili troškovi educiranja osoblja te se postavljaju zahtjevi da razmak između sjedala bude smanjen kako bi se mogao povećati broj sjedala. Broj destinacija niskotarifnih aviokompanija konstantno raste iz godine u godinu (posebice u Hrvatskoj, npr. zadarska zračna luka dobila je desetak novih direktnih linija zahvaljujući Ryanairu, uključujući i one do Praga, Krakowa, Poznana, itd.). Također one imaju veću iskoristivost aviona nego kod tradicionalnih aviokompanija zbog toga što iz baze obave prijevoz i do više od 5 destinacija prije povratka na početnu točku na kraju dana. Pauza između letova je svedena na minimum (kod nekih kompanija traje manje od pola sata samo kako bi se nadopunilo gorivo i minimalno očistila kabina) prije ulaska novih putnika. Zato se osoblje obučava za više funkcija (na tlu i u zraku) i u prosjeku je produktivnije i mlađe (lakše dobiva posao) nego kod tradicionalnih aviokompanija.

Vrsta ruta na koje se niskotarifne aviokompanije koncentriraju su najčešće kratki letovi „od točke do točke“ (*point to point*) što znači da nema povezanih letova koji bi komplicirali administraciju te na taj način čine rute jednostavnijima. To se također naziva „linijski model“ što znači da nemaju mrežnu povezanost kao tradicionalni avioprijevoznici (Onić, 2017). Time se također smanjuje šansa za gubitak prtljage, pa ukoliko bi putnik letio dva puta isti dan jednom niskotarifnom aviokompanijom, on mora pokupiti svoju prtljagu nakon prvog leta i ponovno se prijaviti za sljedeći. Isto tako, te vrste kompanija najčešće koriste sekundarne zračne luke (iako ima iznimaka poput EasyJeta) te time dobivaju razne povlastice i smanjene troškove razne za usluge zbog toga što su niskotarifne aviokompanije većinom dominiraju zračnim prometom u takvim mjestima (na neki način zračna luka postaje ovisna o njima). Preciznu točnost svojih letova postižu tako da izbjegavaju gužve i gust promet na većim zračnim lukama čestim letovima rano ujutro i kasno navečer (Štimac i drugi, 2009; Gašparović i drugi, 2012; Krajinović i drugi, 2014).

Već spomenuta američka niskotarifna aviokompanija Pacific Southwest Airlines prva je uvela rezervacije preko interneta nakon čega je velik broj ostalih aviokompanija slijedio taj trend. Time se polako uvodilo elektroničko poslovanje korištenjem interneta što je izazvalo revoluciju u marketingu zračnoga prometa. Jedan od važnijih rezultata bilo je rezanje troškova jer su se karte počele kupovati direktno kod avioprijevoznika te su se time rješavali provizija za posrednike, tj. putničke agencije koje su do tada većinom prodavale aviokarte i uzimale svoj dio kolača što nije baš išlo u korist niskotarifnim aviokompanijama.



Sl.1. Avion Ryanaira Boeing 737-800 prilikom ukrcaja u Poznanu 2019.

Izvor: autorska slika, kolovoz, 2019.

Pored toga, niskotarifne aviokompanije imaju veću kontrolu nad cijenama koje mogu prilagođavati raznim faktorima (npr. smanjiti cijenu u odnosu na konkurentske aviokompanije) ili nuditi posebne *last-minute* ponude i *newsletter*-e korisnicima direktno na email adresu ili putem aplikacija na pametne telefone. Prema podacima iz rada Krajinović i drugih iz 2014., čak 97% karata niskotarifnih avioprijevoznika prodaju se putem interneta. Većina osoba koje kupuju aviokarte na taj način nalaze se u dobnoj skupini između 22 i 39 godina (među koje spadaju i studenti) te se to može objasniti visokom razinom informatičkih vještina i čestim korištenjem interneta u toj skupini (Štimac i drugi, 2009; Dizdar, 2017.).

Treba naglasiti da nisu svi niskotarifni avioprijevoznici isti. Podjela na pet kategorija uključuje klasične niskotarifne avioprijevoznike, niskotarifne podružnice tradicionalnih aviokompanija (npr. Eurowings/Germanwings je niskotarifna podružnica puno veće Lufthanse), „cost cutter-i“ (snizuju troškove po uzoru na klasične niskotarifne aviokompanije), bivši čarter prijevoznici i nacionalni prijevoznici koji uspijevaju sniziti troškove uz pomoć državnih subvencija (npr. airBaltic sa Slike 2.) (Gašparović i drugi, 2012 prema Francis, 2006.).



Sl.2. Hibrдни avioprijevoznik *airBaltic* i niskotarifni *Eurowings* u bečkoj zračnoj luci Schwechat 2019.

Izvor: autorska slika, kolovoz 2019.



Sl. 3. Najvažniji čimbenici niskotarifnih aviokompanija koji rezultiraju niskim cijenama

Troškovi na kojima niskotarifni avioprijevoznici nikako ne mogu uštediti su troškovi goriva, standardnih osiguranja i *en-route* troškovi, tj. usluge zrakoplovne navigacije. Isto tako oni moraju očuvati kvalitetu i (zdravstvenu) sigurnost putnika. Kad se sve gore navedene uštede i redukcije niskotarifnih aviokompanija zbroje, njihovi troškovi ispadnu znatno manji te „razlika u usporedbi s konvencionalnim zrakoplovnim prijevoznicima može biti i do 50%“ (Krajinović i drugi, 2014).

Niskotarifne aviokompanije najuspješnije su upravo u Europi, unatoč tome što su prisutne u gotovo svim svjetskim megaregijama. Primjerice, dok su u SAD-u karte niskotarifnih aviokompanija samo 10 -20 % niže od tradicionalnih, one europske mogu biti niže preko 50 % što je značajna razlika te naravno pruža više prilika za mobilnost. U svakom slučaju, i one niskotarifne aviokompanije koje u nekom trenutku bankrotiraju i dalje su dobre zbog toga što konkurencijom ruše cijene onih tradicionalnih, i to sve na korist putnika koji mogu onda letjeti jeftinije (Wendover Productions, 2016.).

Europske države s najvećim udjelom niskotarifnih aviokompanija u zračnom prijevozu su: Ujedinjeno Kraljevstvo (19 %, velika potreba s obzirom na to da je otočna država), Njemačka (13 %), Španjolska (12 %), Italija (10%) i Francuska (9 %). Ta brojka će se s godinama vrlo vjerojatno povećavati s obzirom na širenje istih kompanija. Čak i u periodu recesije 2008. i 2009. godine niskotarifni avioprijevoznici bilježili su kontinuiran rast u ukupnom udjelu letova dok su u isto vrijeme tradicionalni avioprijevoznici bilježili kontinuiran pad u udjelu letova. Cijene im svake godine sve više opadaju, npr. „prosječna cijena zrakoplovne karte u siječnju 2017. iznosila između 44 i 105 eura, za razliku od istog razdoblja prethodne godine kada je cijena iznosila između 64 i 107 eura“ (Roso, 2017.).

Također, niskotarifnim aviokompanijama puno je lakše širiti se nego tradicionalnim avioprijevoznicima. Ovi stvaraju nove rute jedino ako otprije postoji potražnja te su u pitanju neke regularne rute (npr. London – Pariz) jer se uglavnom koncentriraju na poslovne rute koje se na kraju mogu pokazati i neisplativima. S druge strane, niskotarifne se aviokompanije koncentriraju na turističku potražnju te stvaranjem novih ruta prema manjim mjestima one automatski postaju hit turistička destinacija samo zato što se može tako jeftino doći do nje. Niskotarifne aviokompanije su obično velike i fleksibilne, ponajviše zato što imaju stotine aviona, puno destinacija i na tisuće zaposlenika te time i pregovaračku moć kojom nadmašuju svoje konkurente (Wendover Productions, 2016.).

2.4. Niskotarifne aviokompanije u Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj nalazi se sedam zračnih luka i dva zračna pristaništa (otoci Brač i Cres). Tri zračne luke su fizički veće i važnije te pripadaju primarnim zračnim lukama, a to su Zagreb, Dubrovnik i Split. Ostale zračne luke su manje i pripadaju sekundarnim zračnim lukama. One su Pula, Rijeka, Zadar i Osijek (Štimac i drugi, 2009.). Kao i u drugim europskim zemljama, i u Hrvatskoj svake godine raste broj putnika koji koriste zračni prijevoz. Ukupan rast putnika (jedan od viših u EU) iznosi 13% u razdoblju od 2017. do 2018. (Eurostat, 2019.).

Niskotarifne aviokompanije pojavljuju se u svim hrvatskim zračnim lukama, no najviše dominiraju na području Primorske Hrvatske (Istra, Kvarner, Dalmacija) zbog veće potražnje turista. U prilog tome govori podatak kako se broj putnika u Primorskoj Hrvatskoj konstantno povećava (čak i unatoč gospodarskoj krizi 2009. godine) što ukazuje na vrlo značajnu ulogu niskotarifnih aviokompanija na tom području i kako se na njima bazira gotovo cjelokupni zračni promet tog prostora (Gašparović, 2011; Krajinović i drugi, 2014.). Isto tako to je odlična prilika i za hrvatske turiste koji su spremni platiti manje novca za takvu vrstu prijevoza kako bi posjetili nekad nedostižne i skupe udaljene destinacije (npr. London, Marseille, itd.). Također treba napomenuti kako nijedna niskotarifna aviokompanija nema svoje sjedište niti bazu u Republici Hrvatskoj (Gašparović i drugi, 2012; Štimac i drugi, 2009.). „S obzirom na to da se brojem i lokacijom zračnih luka i aerodroma Hrvatska nalazi u europskom vrhu, postoje velike mogućnosti za povećanjem ukupnoga zračnog prometa, a samim time i za povećanjem udjela niskotarifnih zrakoplovnih prijevoznika“ (Krajinović i drugi, 2014.).



Sl.4. Avion GermansWingsa u zagrebačkoj zračnoj luci

Izvor: InfoZagreb, n.d.

Što se tiče zračne luke Zagreb, prva niskotarifna aviokompanija bio je GermanWings 2004. godine (Slika 4.) godine s linijama prema Stuttgartu i Kölnu. Danas u njoj ima tek nekoliko niskotarifnih avioprijevoznika, no njihove cijene su i dalje visoke u usporedbi s onima u primorskim gradovima (npr. najjeftinije jednosmjerne karte iz Zagreba su prema Njemačkoj i Bruxelles-u, a kreću se od 40- 50 eura nadalje) (Eurowings, 2019). No, unatoč tome, Zagreb je i dalje jedina destinacija u RH-i u kojoj raste broj turista koje dolaze zračnim putem što je djelomice posljedica potražnje turista s udaljenijih tržišta. (Štimac i drugi, 2009.; Gašparović i drugi, 2012.; Krajinović i drugi, 2014.; Dizdar, 2017.).

3. ISPITIVANJE STAVOVA I NAVIKA STUDENATA PMF-A

S obzirom na to da broj niskotarifnih prijevoznika u svijetu kontinuirano raste, logično je zaključiti kako dolazi i do istovremenog porasta broja putnika koji koriste njihove usluge (Štimac i drugi, 2009). Zaslugom niskotarifnih aviokompanija, cijene karata avioprijevoza sve se više i više spuštaju i tako se na popisu putnika u zadnje vrijeme počinju sve više pojavljivati i studenti (koji zbog ograničenih primanja donedavno nisu pripadali skupini čestih korisnika avioprijevoza). Zato su se u provedenoj Google anketi ispitivali stavovi, motivi i učestalost putovanja studenata te koriste li uopće niskotarifne aviokompanije. Anketa je rađena prema uputama autora iz Milas, 2009. i bila je anonimna i za popunjavanje je bilo potrebno svega nekoliko minuta. Rok za ispunjavanje ankete trajao je točno dva tjedna u periodu od 27. lipnja do 4. srpnja 2019. godine kada je anketa zatvorena za ispunjavanje.

Pretpostavljene hipoteze prije provođenja ankete bile su te da studenti najčešće putuju turistički, njihov boravak traje 3 do 7 dana te da većinom putuju u europske zemlje. U anketi se također ispitalo njihovo korištenje zračnog prijevoza, posebno niskotarifnih aviokompanija.

3.1. Rezultati i analiza ankete

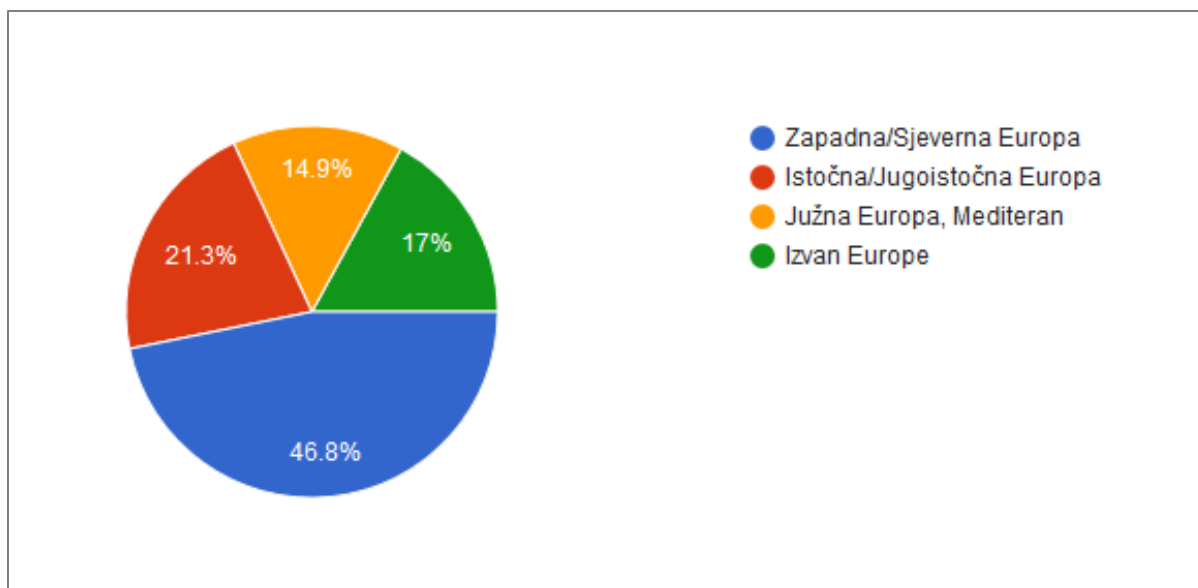
Anketu je riješio ukupno 91 student, 53 ženskog i 38 muškog spola s različitih godina studija. U potpunosti dominira Geografski odsjek koji čini 73,2 % (ili 66 ispitanika) odgovorenih anketa, a što se tiče ostalih, 14 odgovora je došlo s Kemijskoga, 7 odgovora s Biološkoga i 4 s Matematičkoga odsjeka. Studenti s ostalih odsjeka na PMF-u, tj. s geologije, fizike i geofizike, nisu sudjelovali u anketi.

Većina studenata putuje 3 do 5 puta godišnje (45%), ostali putuju 1 do 2 puta godišnje (36,3%), a samo 18,7% ili 7 studenata je izjavilo da putuju više od 5 puta godišnje. Kako je bilo i navedeno u hipotezi, većina studenata putuje turistički (83,5%). Ostali mogući odgovori odnose se na posjete prijateljima i rodbini (41,8%) i putovanja povezana sa studijem, tj. studentski boravci, kongresi i sl. (36,3%). Opciju *Ostalo* odabralo je 15,4% ispitanika.

Što se tiče najčešćih prijevoznih sredstava za putovanja, većina ispitanika koristi autobus (80,2%), zatim osobni automobil (48,4%), avion (28,6%), vlak 25,3%, a pod *Ostalo* pripada 2,2%. Većina ispitanika najčešće putuje tijekom ljetnih praznika (42 ili 46,2%), petina njih koristi za putovanja praznike tijekom semestra (20,9%), a vikende koristi 14,4%. Samo 5,5% ispitanika putuje tijekom zimskih praznika a troje (3,3%) ide tijekom ispitnih rokova. Devet ispitanika (9,9%) je označilo *Ostalo*.

Sljedeća pitanja u anketi odnosila su se na zračni prijevoz, a kasnije su se koncentrirala na niskotarifne aviokompanije. Malo manje od pola ispitanika (48,4%) koristilo je zračni prijevoz u protekle dvije godine te se sljedeća pitanja odnose samo na njih dok su ostali sudionici koji nisu letjeli odgovarali na pitanja pri kraju ankete

U grafu (Slika 5.) prikazane su najpopularnije destinacije za studente koji su koristili zračni prijevoz u navedenom periodu. One se nalaze na području Zapadne i Sjeverne Europe, a odabralo ih je 22 ispitanika ili 46,8%. Ostale destinacije zauzimaju svaka po otprilike trećinu udjela: 21,9% ispitanika putovalo je u Istočnu i/ili Jugoistočnu Europu, 14,9% u Južnu Europu tj. Mediteran te čak iznenađujuće 8 studenata ili 17% putovalo je izvan Europe.



Sl.5. Destinacije koje su studenti posjećivali koristeći zračni prijevoz u protekle dvije godine

Izvor: Google anketa provedena između 27.lipnja. i 11. srpnja 2018.

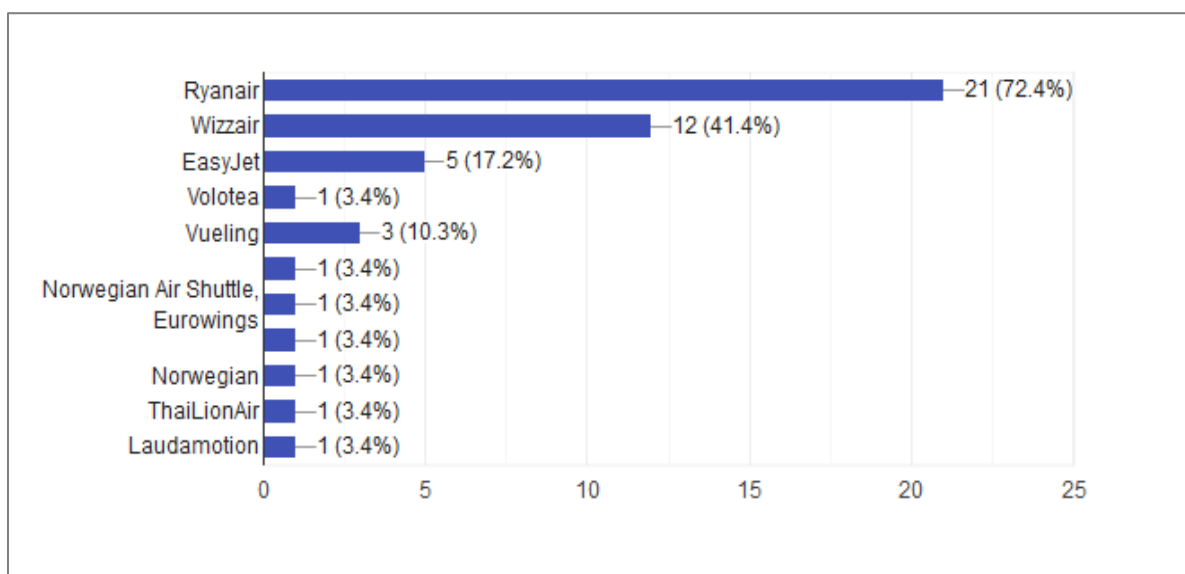
Većina ispitanih studenata putovala je turistički (63%) što je i očekivano. Skupina koje posjećuje prijatelje i obitelj (tzv. *Friends & Relatives* skupina) iznosi 10,9%, a samo 4 studenta (8,7%) putovalo je povezano sa studijem (studentski boravci, razmjene, odlasci na kongrese,...). *Ostalo* je odabralo 8 ispitanika ili 17,4%.

Što se tiče trajanja putovanja u destinacijama do kojih su došli zračnim putem, većina se odgovora odnosila na trajanje više od 7 dana (57,8%) što pobija prvotnu hipotezu o tome da duljina trajanja putovanja studenata iznosi od 3 do 7 dana (18 ispitanika ili 40% njih je odabralo taj odgovor). Za putovanja manja od 3 dana odabran je samo jedan odgovor (2,2%).

Više od polovice ispitanika koji su letjeli potvrdno je odgovorilo kako su u istom periodu koristili niskotarifne aviokompanije, njih 28 ili 60,9% te se nekoliko sljedećih pitanja odnosi samo na njih.

Aviokompanija koja je uvjerljivo najčešće korištena od strane studenata (21) je irski Ryanair (Slika 6.), što je i očekivano s obzirom na to da je to najpopularnija, najraširenija i često najjeftinija niskotarifna aviokompanija u Europi. Tome pridonosi podatak kako je 2017. godine Ryanair postala prva europska aviokompanija koja je prevezla čak više od milijardu putnika (Ryanair, 2019). Drugo mjesto zauzima mađarsko – poljski Wizzair kojeg je koristilo 12 ispitanika (41,4%), a treće mjesto britanski EasyJet (5 ispitanika ili 17,2%).

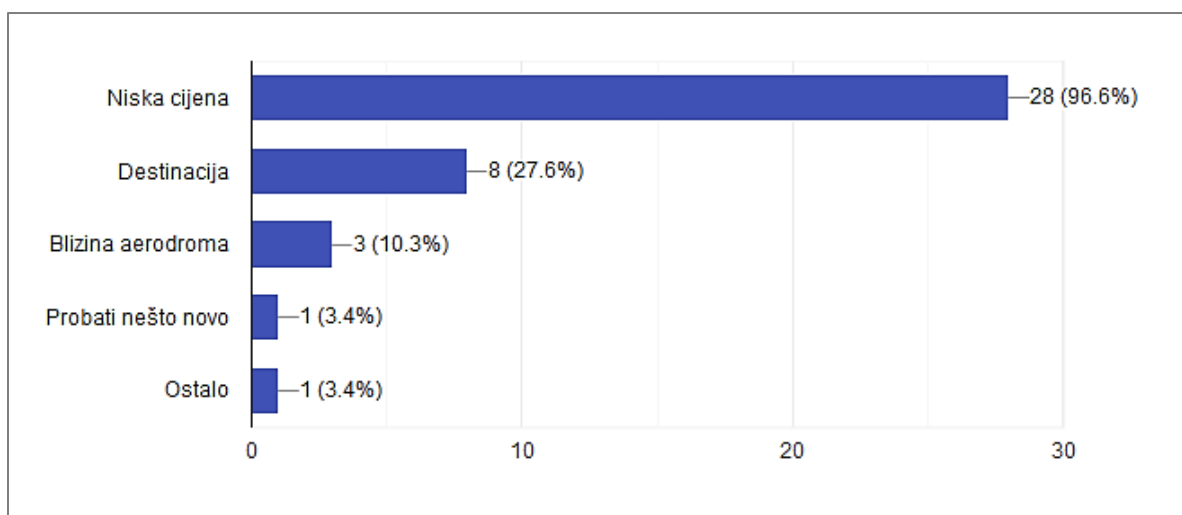
Španjolski Vueling koristilo je samo 3 ispitanika (10,3%), a sve ostale kompanije na popisu su korištene po jedanput. One su: Volotea, Norwegian Air, Eurowings, LionAir (krivo navedeno od strane ispitanika kao ThaiLionAir zbog toga što je pitanje bilo otvorenoga tipa) i Laudamotion (kupljen i operira pod administracijom Ryanaira). Također treba napomenuti kako je od svih navedenih aviokompanija jedino Lionair azijski, tj. stacioniran u Indoneziji dok su sve ostale kompanije europske.



Sl. 6. Niskotarifne aviokompanije koje su studenti koristili u protekle dvije godine

Izvor: Google anketa provedena između 27. lipnja i 11. srpnja 2018. godine.

Najčešći razlozi zbog kojih su ispitanici studenti odabrali određene niskotarifne aviokompanije mogu se vidjeti u grafu na Slici 7. Glavni čimbenik je naravno niska cijena leta koju je odabralo čak 28 ispitanika (96,6%). Ostali su čimbenici bili destinacija leta (27,6%), blizina aerodroma (10,3%), probavanje nečega novog (jedan ispitanik) i *Ostalo* (jedan ispitanik).



Sl.7. Razlozi zbog kojih su studenti odabrali određenu niskotarifnu aviokompaniju

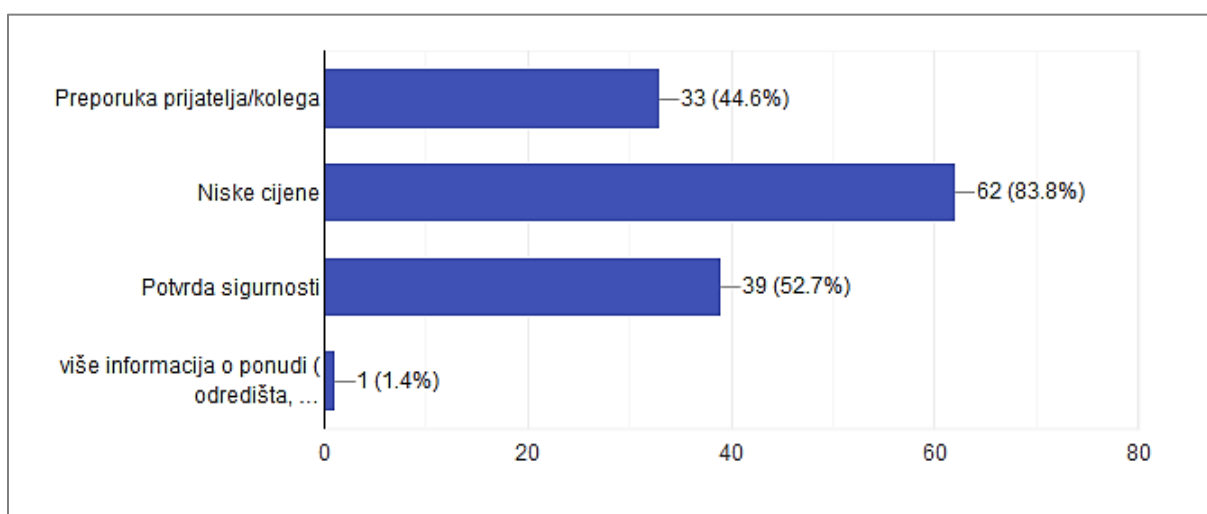
Izvor: Google anketa provedena između 27. lipnja i 11. srpnja 2018. godine

Sljedeće se pitanje odnosilo na ispitanike koji još nisu letjeli. Oni su imali mogućnost odabrati više odgovora na pitanje zbog čega se još nisu odlučili koristiti takvu vrstu prijevoza. Većina je ispitanika izjavila kako još nisu imali priliku za to (34 ispitanika ili 82,9%), previsoke cijene aviokarata su drugi najčešći razlog koji je odabralo 15 ispitanika (36,6%), strah od letenja predstavlja problem za 2 ispitanika (4,9%), a pod pojedinačne odgovore je troje ispitanika navelo ili kako im nije bilo potrebno koristiti tu vrstu prijevoza zbog malih udaljenosti ili da su letjeli, ali ne u protekle dvije godine.

Ispitanici koji još nisu koristili niskotarifne aviokompanije u nastupnom su pitanju također u velikoj mjeri odgovorili kako još nisu imali priliku (čak 46 ispitanika ili 75,4%). Ostali razlozi uključuju razne čimbenike, a to su da nekima ne odgovara ponuda letova (11,5%), ne osjećaju se sigurno (9,8%), ne uključuje veću prtljagu (8,2%) i niža razina usluge (4,9%). No, čak je 11 ispitanika (18%) za ovo pitanje izjavilo *Ne znam*. Također, dvoje ih je koristilo niskotarifne aviokompanije, ali ne u zadanom periodu.

Što se tiče čimbenika koji bi ispitanike potaknuli na korištenje niskotarifnih aviokompanija (Slika 8.) , najviše bi ih privukle niske cijene (83,8% ili 62 ispitanika), neka vrsta potvrde o sigurnosti (52,7% ili 39 ispitanika), preporuka prijatelja ili kolega (44,6% ili 33 ispitanika) i više informacija o ponudi (npr. odredišta) koji je odabrao jedan ispitanik.

Jedan od zanimljivijih rezultata ankete u kojem bi čak 33 ispitanika koji još nisu letjeli privukla potvrda sigurnosti niskotarifnih aviokompanija govori o tome da javnosti nije poznat podatak da upravo te vrste kompanija imaju puno noviju flotu od onih tradicionalnih koje obično koriste kombinaciju starijih i novijih modela zrakoplova različitih tipova (do čak 18 modela u isto vrijeme). Primjerice, Ryanair je cijelu svoju stariju flotu zamijenio i proširio s čak 272 novijih Boeing 737-800 *Next Generation* zrakoplovima (koji su već spomenuti kod Slike 1.), a „koji su najmlađi i najučinkovitiji (što se tiče uštede goriva u Europi“ (Krajinović i drugi, 2014.).



Sl.8. Razlozi koji bi potaknuli studente na korištenje niskotarifnih aviokompanija

Izvor: Google anketa provedena između 27. lipnja i 11. srpnja 2018. godine

Jedna bitna odluka utjecala je na velik broj korisnika europskih niskotarifnih aviokompanija. Naime, u studenom 2018. godine uvedena je odredba kojom su nekoliko vodećih aviokompanija te vrste (npr. Wizzair, Ryanair i sl.) počele naplaćivati ručnu prtljagu koja je dotada bila besplatna. Standardna ručna prtljaga kod većine avioprijevoznika uključuje malu ručnu torbu (manji ruksak, torba za laptop, ženska torba, itd) i mali kofer standardnih dimenzija oko 55 x 40 x 20 centimetara i težine između 5 i 10 kilograma vidljivo u Tablici 1., no neke kompanije nemaju limita što se tiče težine. (npr. easyJet) (Wizzair, 2019; Ryanair, 2019; easyJet, 2019).

S obzirom na to da se do tada ručna prtljaga nije naplaćivala, većina korisnika niskotarifnih aviokompanija se već bila navikla na nošenje manje količine prtljage te zato u velikom broju slučajeva nije ni bilo potrebe za dodatnim troškovima poput predane prtljage većih dimenzija (koja se inače naplaćuje od 15 eura nadalje). Danas je u gotovo svim europskim niskotarifnim aviokompanijama besplatna samo veća ručna torba. Naplaćivanjem prtljage se promijenio stav nekih korisnika naspram takvih kompanija te se jedno pitanje u anketi odnosilo i na to hoće li ta promjena utjecati na njihovo korištenje istih aviokompanija. Negativno je odgovorilo 69 ispitanika (75,8%), a pozitivno 22 ispitanika (24,2%).

Aviokompanija	Besplatna prtljaga	Naknada za dodatnu prtljagu	Maksimalna veličina i težina
easyJet	mala torba	105 - 282 kn po komadu	275 cm ukupno (15 - 32 kg po komadu)
Jet2.com	mala torba	80 - 363 kn po komadu	bez ograničenja (32 kg po komadu)
Wizzair	mala torba	118 - 886 kn po komadu, ovisno o težini, ruti i sezoni	max. 149 x 119 x 171 cm, 32 kg po komadu
Ryanair	mala torba	73 - 323 po komadu, ovisno o veličini	max. 81 x 119 x 119 cm (ne više od 3 komada)
Norwegian	1 besplatna prtljaga (max. 20kg)	56 - 646 kn po komadu, ovisno o ruti	max. 250 x 79 x 112 cm (32 kg po komadu)
Vueling	mala torba	96 - 258 kn za jednu, 295 - 517 kn za 2+	bez ograničenja, 23 kg po komadu

Tab.1. Restrikcije i naknade za prtljagu niskotarifnih aviokompanija za 2019. godinu

Izvor: Skyscanner, 2019.



Sl.9. Besplatna ručna prtljaga poslije studenog 2018. (veća ručna torba) i prije studenog 2018. (mali kofer i mala ručna torba)

Izvor: autorska slika, kolovoz 2019.

Niskotarifne su aviokompanije 2015. godine obuhvaćale čak 48% kapaciteta u zračnom prijevozu (Akgüç i drugi, 2018.), a u čak 6 europskih država niskotarifne aviokompanije drže više od 50% cjelokupnog kapaciteta (Latvija, Slovačka, Litva, Poljska, Mađarska i Španjolska) (Krajinović i drugi, 2014.). U usporedbi s njima, Hrvatska je u drugačijem položaju s obzirom na to da najpopularnijih kompanija te vrste nema u zagrebačkoj zračnoj luci (npr. Wizzair je bio prisutan nekoliko godina s linijom prema Londonu, no povukao se) gdje bi tržište bilo najemitivnije s obzirom na veće plaće i veliku koncentraciju ljudi, ali i najveće sveučilište u Hrvatskoj s najvećim brojem studenata.

Zbog toga ljudi iz Zagreba i okolice, pa tako i studenti, najčešće putuju u druge bliže zračne luke u Hrvatskoj i susjednim državama (npr. Trst, Ljubljana, Beč, Budimpešta, Graz,...) kako bi mogli letjeti do željene destinacije. To im se i isplati s obzirom na to da karta niskotarifne aviokompanije i trošak prijevoza autobusom, autom ili vlakom često ispadnu i do nekoliko puta niži nego da se letjelo direktno iz Zagreba.

Unatoč tome što prvo moraju putovati do određene zračne luke kako bi uopće mogli letjeti, niskotarifne aviokompanije su i dalje relativno popularne među studentima s obzirom da je skoro trećina ispitanika koristila razne niskotarifne aviokompanije u protekle dvije godine.

Drugi način je samostalno presjedanje (tj. kupnja dvije različite avionske karte) u najprometnijim popularnim, ali i udaljenim zračnim lukama (npr. London, Pariz, Milano, Berlin...) do kojih se može jeftino doći sa svih primorskih zračnih luka te ponekad iz Zagreba. Tako je na primjeru autorice, jednosmjerna karta Ryanaira u večernjem terminu od Rijeke do Berlina koštala oko 260 kuna, prespavalo se u berlinskoj zračnoj luci Tegel i sljedeće jutro je bio drugi let od Berlina do Phuketa (Tajland) s presjedanjem u Singapuru s istim povratkom 11 dana kasnije. Za put nazad iz Berlina autorica i njena suputnica su odabrale liniju Berlin – Budimpešta za 13 eura i zatim su za 100-ak kuna autobusom došle nazad do Zagreba.

Također valja napomenuti još jedan važan čimbenik, a to je da avionske karte nikada nisu bile dostupne kao u današnje vrijeme. Karte je moguće vrlo jednostavno rezervirati putem interneta na računalu ili instaliranjem i korištenjem aplikacija za putovanja ili određenih aviokompanija na pametnim telefonima (primjeri na Slici 10. i Slici 11.). Time se smanjila potreba za posredovanjem putničkih agencija bez čijih se provizija cijena karte automatski smanjuje te ujedno omogućuje individualno planiranje putovanja.

Daljnijim razvojem rezervacijskih sustava lakše se mogu stvarati baze podataka o željama korisnika (npr. postotak traženja određenih ruta) te se time lakše prepoznaju njihove želje i potrebe (Dizdar, 2017; Marković, 2017.). S obzirom na to da je velika većina današnjih studenata u tijeku s vremenom (što znači da su informatički pismeni), za njih to otvara nove mogućnosti za planiranje i organiziranje što jeftinijeg putovanja prema njihovim potrebama i interesima te neovisnost o turoperatorima i turističkim agencijama.

RYANAIR FAQ Fees Contact us Sign up Log in

Pula to Frankfurt Hahn
One way • 1 Adult • Change Save trip Total Cost € 0.00 Continue

Pula to Frankfurt Hahn

Sat 5 Oct Sun 6 Oct **Mon 7 Oct € 25.99** Tue 8 Oct Wed 9 Oct

RYANAIR

Direct (1 hr 30 mins)

22:00 Pula → FR 4582 → 23:30 Frankfurt Hahn

from € 25.99
3 seats remaining at this price

Continue

Sl.10. Primjer pronalaženja jeftinog leta na ruti Pula – Berlin za termin 7.10.2019. putem web stranice Ryanaira 2019. godine

Izvor: Ryanair, 2019.

Eurowings 1 Select a flight 2 More services 3 Passenger data 4 Extras 5 Payment Cart Help

Your Search

Zagreb ✓ Stuttgart ✓

10/04/20 ✓ Return flight 1 0 0 ✓ Change search

Outgoing flight Friday, 10.04.2020 Change selection

1:00 PM Zagreb (ZAG) → 2:15 PM Stuttgart (STR) Nonstop (01:15) BASIC € 34.99

Sl.11. Primjer pronalaženja jeftinog leta na ruti Zagreb - Stuttgart za termin 10.4.2020. putem web stranice Eurowingsa 2019. godine

Izvor: Eurowings, 2019.

3.2. Popusti za studente

Zahvaljujući subvencioniranim programima razmjene na europskoj (ali i svjetskoj) razini, općenito se povećava i mobilnost studenata te se čini kako značajan dio potražnje za prijevozom preuzimaju upravo niskotarifne aviokompanije (Akgüç i drugi, 2018.)

Ryanair, osim što je najraširenija europska niskotarifna aviokompanija, također već dvije godine nudi posebne popuste za studente koji sudjeluju u ERASMUS razmjeni (Slika 12.). Uvjeti za korištenje ponude je posjedovanje službene kartice ERASMUS mreže studenata koja se dobije u sklopu razmjene, a pogodnosti su popust od 15% za 8 jednosmjernih letova do bilo koje destinacije u koju Ryanair leti tijekom akademske godine te besplatna predana prtljaga težine 20 kilograma. To i nije mala ponuda s obzirom na to da se razmjene takve vrste provode u 37 zemalja i preko 3 milijuna studenata koji su dosad sudjelovali u njoj.

Međutim, čini se da studenti nisu dovoljno informirani o takvim pogodnostima i zato je jedno od pitanja ankete glasilo: „Znate li za posebnu ponudu letova po niskoj cijeni koju nudi niskotarifna aviokompanija Ryanair za studente koji sudjeluju u ERASMUS razmjeni?“ Čak 83,5% ili 76 ispitanika nije znalo za postojanje takve pogodnosti dok je samo 15 ispitanika (16,5%) potvrdno odgovorilo. Iz tog rezultata proizlazi kako studenti nisu svjesni brojnih pogodnosti koje ERASMUS razmjene donose, a s cijelog PMF-a u prosjeku stotinjak studenata godišnje odlazi na razmjenu u sklopu spomenutoga programa.



Sl.12. Posebna ponuda za ERASMUS studente na web stranici Ryanaira 2019.

Izvor: Ryanair, 2019.

Osim Ryanaira, nažalost, nijedna druga niskotarifna aviokompanija zasad ne nudi pogodnosti ovakvoga tipa za studente. Slične studentske ponude nudi europska agencija STA putovanja koja omogućava korisnicima studentskih i profesorskih ISIC kartica jeftinije cijene letova različitih kompanija (uglavnom onih tradicionalnih), jeftinije ture i izlete, osiguranja itd. (STA putovanja, 2019.).

Što se tiče onih ostalih, studentske beneficije uglavnom nude uglavnom američke tradicionalne aviokompanije, npr. Delta, GenerationFly (pod administracijom Lufthanse), i sl. te određene web stranice za karte sa studentskim popustima tipa Student Universe ili CheapoAir (Skyscanner, 2019.).

4. ZAKLJUČAK

Većina studenata najčešće putuje turistički 3 do 5 ili 1 do 2 puta godišnje, i to tijekom ljetnih praznika. Autobus i osobni automobil prevladavaju kao prijevozno sredstvo, što je sasvim logično s obzirom na to da su upravo oni najdostupniji i najjednostavniji za studente. Malo manje od polovice ispitanih studenata (44 ispitanika ili 48,4%) koristilo je zračni prijevoz, a više od polovice (28 ispitanika ili 60,9%) pritom je koristilo i niskotarifne aviokompanije u protekle dvije godine od kojih je najčešći bio Ryanair.

Što se tiče hipoteza, prihvaćena je ona da studenti najčešće putuju turistički (83,5%) jer se tako najveći postotak njih izjasnio u anketi. Isto vrijedi i za to da većinom putuju u europske zemlje (73% ispitanika). No, je odbačena ona da njihov boravak najčešće traje 3 do 7 dana s obzirom na to da je samo 18 ispitanika odabralo taj odgovor, a više se od pola njih izjasnilo kako im boravak obično traje više od 7 dana.

Jedan od glavnih zaključaka ovog istraživanja je to da su niske cijene niskotarifnih aviokompanija faktor koji je privukao i ispitanike koji su se služili njima i one koji još nisu letjeli. Oni koji nisu letjeli kao najčešći razlog tome navode da još nisu imali priliku i previsoke cijene avionskih karata. Drugi, koji su letjeli, ali još nisu koristili niskotarifne aviokompanije navode da također još nisu imali priliku ili da ne znaju razlog nekorištenja istih. Hipoteza o tome odlučuju li se studenti češće za niskotarifne avioprijevoznike je odbačena zbog toga što je 60,9% ispitanika koji su letjeli (sve skupa samo 28 od 90 ispitanika) koristili neku od niskotarifnih aviokompanija.

Veća educiranost (preporuke, predavanja, reklamni materijali, oglašavanje na internetu i sl.) o mogućnostima korištenja niskotarifnih aviokompanija, sigurnosti i uštedi koju donose nižim cijenama, pružanje nekih pogodnosti za studente te potencijalni dolazak popularnih niskotarifnih aviokompanija (npr. Ryanaira) u zagrebačku zračnu luku povećale bi udio mobilnosti studenata PMF-a u Zagrebu. Jedan od potencijalnih načina za podizanje informiranosti studenata je da primjerice Ured za međunarodnu suradnju i web stranice fakulteta te sveučilišta daju informacije o studentskim popustima i ostalim pogodnostima.

LITERATURA:

- Banić, M., 2016: Analiza liberalizacija zračnog prometa u Europi, Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet Prometnih Znanosti
- Dizdar, K., 2017: Usporedba softvera za rezervaciju last-minute letova, Završni rad, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu
- Gašparović, S., Jakovčić, M., Vrbanc, M., 2012: Hrvatske zračne luke u mreži europskih niskotarifnih kompanija, *Geoadria* 17 (1)
- Gašparović, S., 2011: Zračni promet i turizam Primorske Hrvatske, *Geoadria* 16 (2), 155-187
- Gillen, D. Morrison, W., 2003. u Gašparović i drugi, 2012.: Bundling, integration and the delivered price of air travel: are low-cost carriers full-service competitors? *Journal of Air Transport Management*, 9/1, 15-23.
- Francis, G., Humphreys, I., Ison, S., Aicken, M., 2006. u Gašparović i drugi, 2012: Where next for low-cost airline? A spatial and temporal comparative study, *Journal of Transport Geography*, 14 (2), 83-94.
- Krajinović, A., Bolfek, B., Nekić, N., 2014: Low-cost strategija u zračnom prijevozu putnika, *Oeconomica Jadertina* 2
- Marković, M., 2017: Internet kao logistička platforma za marketinške aktivnosti niskotarifnih avio-kompanija, Diplomski rad, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu
- Milas, G., 2009: *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, Slap, Zagreb
- Roso, M.A., 2017: Utjecaj niskotarifnih zračnih prijevoznika na prometne učinke Međunarodne zračne luke Zagreb, Diplomski rad, Fakultet prometnih znanosti, Sveučilište u Zagrebu
- Sull, D., 1999 u Gašparović i drugi, 2012.: EasyJet's \$500 million gamble, *European Management Journal*, 17 (1), 20-38
- Štimac, I., Vidović, A., Sorić, V., 2009: Utjecaj niskotarifnih zrakoplovnih kompanija na prometne učinke Zračne luke Zagreb, Znanstveni rad, *12th International Conference on Transport Science - ICTS 2009 - Transport science, profession and practice / Zanne*

IZVORI:

Airliners, 2019: McDonnell Douglas DC-9-32 - PSA - Pacific Southwest Airlines, <https://www.airliners.net/photo/PSA-Pacific-Southwest-Airlines/McDonnell-Douglas-DC-9-32/5359241> (21.8.2019.)

Akgüç, M., Beblavý, M., Simonelli, F., 2018: Low-Cost Airlines Bringing the EU closer together, Centre for European Policy Studies, http://aei.pitt.edu/93925/1/LowCost_Airlines_Bringing_the_EU_closer_together.pdf (27.7.2019.)

EasyJet, 2019: What we do, <http://corporate.easyjet.com/about/what-we-do> (14.8.2019.)

Eurostat, 2019: Passengers carried per country: monthly data for 2017 and the first semester of 2018, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/c/c4/Thousand_passengers_carried_monthly_data.png (27.7.2019.)

Eurowings, 2019: About us, <https://www.eurowings.com/us.html> (31.7.2019.)

InfoZagreb, n.d.: GermanWings, <http://www.infozagreb.hr/planiranje-putovanja/turisticke-informacije/zrakoplovni-prijevoznici/germanwings> (21.8.2019.)

Pacific Southwest Airlines (PSA), 2019: History of PSA, http://www.psa-history.org/about_psa/history/ (14.8.2019.)

Ryanair, 2019: About us, <https://www.ryanair.com/gb/en/useful-info/about-ryanair/about-us> (14.8.2019.)

Skyscanner, 2019: How to Get a Student Discount on Your Next Flight for 2019, <https://www.skyscanner.com/tips-and-inspiration/student-discount-flight-deals> (14.8.2019.)

STA putovanja, 2019: Raširi krila, <https://www.staputovanja.com/avio-karte> (17.8.2019.)

Wendover Productions, 2016: How Budget Airlines Work, <https://www.youtube.com/watch?v=069y1MpOkQY> (19.8.2019.)

Wizzair, 2019: Company Information, <https://wizzair.com/en-gb/information-and-services/about-us/company-information> (14.8.2019.)

World Airline Awards, 2019: World's Best Low-Cost Airlines 2019, <https://www.worldairlineawards.com/worlds-best-low-cost-airlines-2019/> (27.7.2019.)