

STUDIE: ČÍNŠTÍ TURISTÉ SI DOVOLENOU OBJEDNÁVAJÍ ZCELA JINAK



Společnost Travelport provedla nedávno průzkum chování týkající se cestování u různých národností. Průzkum se týkal jak dovolených tak obchodních cest. Nejzajímavější výsledky byly zaznamenány v Číně.

Číňané si teprve začínají uvědomovat, jaké možnosti se jim v oblasti cestování nabízejí. Nemůžeme se proto divit, že jejich jednání související s objednáváním dovolených a obchodních cest se od ostatních národů liší.

Podle výsledků nedávného průzkumu společnosti Travelport začali Číňané cestovat do zemí, které dříve navštívit nemohli hlavně proto, že to nedovolovala čínská vláda. Počet obyvatel Číny je také důležitý faktor, protože v sobě skrývá obrovský finanční potenciál. Skutečnost, že v Číně je 380 milionů uživatelů internetu, není také zanedbatelný faktor.

Navíc z průzkumu vyplývá, že **Číňané více než jakékoliv jiné národnosti využívají k zařizování obchodních cest nebo dovolených sociální sítě**. Objednávání dovolené pomocí Twitteru nebo Facebooku se může Angličanovi či Němci zdát divné, pro čínského turistu je to ale běžné.

Zatímco v západních zemích většina lidí používá k úhradě dovolených kreditní kartu, 46% Číňanů platí v hotovosti, a to i přestože poplatky za platby kartou jsou v Číně o polovinu nižší než ve Spojených státech. Pouze 1% Číňanů používá k úhradě cest do zahraničí debetní kartu.

Důvody proč čínský turista cestuje jsou v porovnání s jinými národnostmi také odlišné. **Velmi málo Číňanů navštěvuje v zahraničí své příbuzné, a polovina z nich se zajímá o památky**, které přitahují Američany a Evropany čím dál tím méně. Číňanům se také podařilo vyvrátit známý předpoklad, že turisté vydají většinu svých úspor na pokrytí poplatků spojených s cestováním letadlem. Ve skutečnosti nyní náklady na cestu letadlem zabírají kolem 30% celkových výdajů na cestu, což znamená, že se nejedná o hlavní cestovní výdaj.

Date: 2010-06-21

Article link: <https://www.tourism-review.cz/cinsti-turiste-vice-vyuzivaji-socialni-site-news2251>