Lidé cestují do zahraničí na kratší dobu a častěji, hotovost mají spojenou se stresem, ukazuje studie Visa

**Praha – 21. února 2018 – Společnost Visa zveřejnila výsledky studie o trendech v cestování a platebních návycích. Průzkum Global Travel Intentions (GTI) provedený na 12 000 respondentech ukázal, že lidé cestují častěji, ale na kratší dobu. Výběr, nošení a výměnu hotovosti na cestách pak mají lidé spojené se stresem.**

**Cestovatelské trendy pro rok 2018**

Studie GTI zkoumala mezi cestovateli z 27 zemí jejich motivy k cestování do zahraničí, způsob jak cesty plánují a jak v zahraničí platí. Zjištění lze shrnout do následujících trendů pro rok 2018:

* **Cesty se zkracují:** Průměrná délka cesty klesla celosvětově z deseti nocí v roce 2013 na osm.
* **Více cest do zahraničí**: Lidé mají v plánu vyrážet v budoucnosti za hranice ještě častěji. Průměrně se během posledních dvou let vydali lidé na cesty 2,5krát. V následujících dvou letech by měl ale vzrůst počet cest na 2,7. Podle údajů z roku 2017 cestovali nejčastěji Američané, během posledních dvou let zamířili za hranice 3,2krát.
* **Cestovatelé spoléhají na nové technologie:** 88 procent cestovatelů si v zahraničí zajišťuje přístup na internet. Skoro polovina (44 procent) z nich používá v cíli své cesty aplikace na spolujízdu.
* **Více cílových destinací:** 11 procent cest po světě spočívá v návštěvě více zemí po sobě.
* **Nejnavštěvovanějšími státy jsou Japonsko, Spojené státy a Austrálie:** Japonsko předstihlo Spojené státy a stalo se nejpopulárnějším cílem cestovatelů[[1]](#footnote-1) posledních dvou let. Míří tam nejčastěji obyvatelé asijsko-pacifické oblasti. Američané dávají přednost kontinentální Evropě, Mexiku, Kanadě a Japonsku.
* **Kdo nejvíce utrácí:** Co se týče částky vydané za celou cestu, včetně rezervací před cestou a výdajů v cílové destinaci, nejvíce utrácejí obyvatelé Saúdské Arábie. První pětku doplňují Číňané, Australané, Američané a Kuvajťané.

**Jednodušší platby v zahraničí**

Cestovatelé pro plánování svých cest čím dál častěji používají nové technologie: V roce 2017 použilo za tímto účelem technologie 83 procent cestovatelů, zatímco v roce 2015 jich bylo jen 78 procent. Co se týče placení v zahraničí, většina z nich se ale pořád přiklání k analogovým metodám a hotovosti.

I když platební kartou platí na dovolené čím dál více lidí, většina (77 procent) dává při nákupech stále přednost hotovosti. Použití karty při platbě v místní měně by jim přitom pomohlo získat výhodnější směnný kurz a vyhnout se skrytým poplatkům za převod měny. Studie v souvislosti s platbami hotovostí v zahraničí přinesla tato zjištění:

* **Hotovost vyvolává obavy:** Jako největší obavu spojenou s penězi uvádějí cestovatelé ztrátu nebo krádež hotovosti.
* **Velké útraty:** Průměrně lidé za jednu cestu do zahraničí utratí 1 793 amerických dolarů. Celosvětová mediánová hodnota množství hotovosti, kterou si s sebou na dovolenou přivezou, dosahuje 778 dolarů[[2]](#footnote-2).
* **Důkladná příprava:** 72 procent lidí se zahraniční měnou vybaví ještě před odjezdem.
* **Obavy z výběru:** Jen 10 % lidí vybírá v cílové destinaci peníze z bankomatu. Téměř každý pátý cestovatel uvedl, že se použití bankomatů vyhýbá kvůli bezpečnosti. Nejčastěji využívají bankomaty lidé z Evropy, Blízkého Východu a Afriky.
* **Zbylá hotovost:** 87 procent lidí se z dovolené vrací se zbytkem hotovosti a pouze 29 procent z nich ji poté vymění za domácí měnu. Celosvětový medián této zbytkové částky dosahuje 123 dolarů.

**Další zjištění studie GTI**

Průměrná útrata za jednu cestu do zahraničí dosahuje celosvětově 1 793 dolarů. Lidé ale předpokládají, že až vyrazí za hranice příště, utratí ještě více. K největšímu nárůstu pravděpodobně dojde v asijsko-pacifické oblasti.

*Plánovaná vydaná částka za příští dovolenou v porovnání s předchozí cestou (medián, USD)\**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Oblast** | **Poslední cesta** | **Příští cesta** | **Procentuální rozdíl** |
| Celosvětově | 1 793 | 2 443 | 36,25% nárůst |
| Afrika & Blízký Východ | 2 666 | 2 666 | 0% nárůst |
| Asijsko-tichomořská oblast | 1 677 | 2 443 | 45,68% nárůst |
| Evropa | 1 174 | 1 409 | 20,02% nárůst |
| Severní a Jižní Amerika | 2 248 | 2 840 | 26,34% nárůst |

Cestovatelé z Austrálie, Číny, Kuvajtu a Spojených států zůstávají v souvislosti s částkou vydanou za další cestu do zahraničí optimističtí. První příčku ve výši útraty zaujímají stále obyvatelé Saudské Arábie. Ti by měli dle prognózy na svých dalších cestách za hranice více šetřit.

*Pět zemí, jejichž obyvatelé na cestách nejvíce utrácí – plánovaná částka za příští cestu do zahraničí (medián, USD)[[3]](#footnote-3)\*[[4]](#footnote-4)\**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Saúdská Arábie** | **Čína** | **Austrálie** | **Spojené státy** | **Kuvajt** |
| Příští cesta | 4 800 | 4 034 | 3 529 | 3 500 | 3 474 |

*Pět zemí, jejichž obyvatelé na cestách nejvíce utrácí – částka utracená za poslední cestu do zahraničí (medián, USD) ∗*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Saúdská Arábie** | **Kuvajt** | **Čína** | **Austrálie** | **Spojené arabské emiráty** |
| Poslední cesta | 5 333 | 3 143 | 2 988 | 2 745 | 2 722 |

Více informací o studii Visa Global Travel Intentions (GTI) naleznete na [Visa.com/TravelStudy](https://usa.visa.com/travel-with-visa/global-travel-intentions-study.html).

**Studie Global Travel Intentions 2017**

Studie Global Travel Intentions analyzuje cestovní chování a platební návyky cestovatelů po celém světě. Průzkum byl proveden ve spolupráci s firmou ORC International na základě rozhovorů s 12 400 respondenty z 27 trhů. Visa tuto studii provádí každé dva roky už od roku 2008.

**O společnosti Visa Inc.**

Visa Inc. (NYSE: V) je světovou jedničkou v oblasti digitálních plateb. Jejím posláním je propojit svět prostřednictvím inovativní, spolehlivé a bezpečné platební sítě, umožňující jednotlivcům, podnikům a ekonomikám prosperovat. Společnost provozuje jednu z nejvyspělejších procesingových sítí na světě – VisaNet. Ta umožňuje bezpečný a spolehlivý průběh plateb po celém světě a dokáže zpracovat více než 65 tisíc transakcí za sekundu. Soustavné zaměření společnosti na inovace je katalyzátorem rychlého růstu connected commerce a hnací silou v cestě za bezhotovostní budoucností pro každého a na jakémkoli místě. V době, kdy svět přechází z analogového systému na digitální, společnost Visa paralelně digitalizuje vlastní značku, produkty a procesingovou síť tak, aby formovala budoucnost placení v digitálním světě. Pro více informací navštivte [www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com), blog Visa Vision ([www.vision.visaeurope.com](http://www.vision.visaeurope.com))   
a [@VisaInEurope](https://twitter.com/VisaInEurope).

**Kontakty:**

Martin Hajný

Email: [martin.hajny@grayling.com](mailto:martin.hajny@grayling.com)

Tel.: 775 708 043

1. Tři nejpopulárnější destinace (za předchozí dva roky) v roce 2017: Japonsko = 19 %; USA = 18 %; Austrálie = 15 %. Tři nejpopulárnější destinace (za předchozí dva roky) v roce 2015: USA = 11 %; Japonsko = 9 %; Singapur = 6 % [↑](#footnote-ref-1)
2. místní měny přepočítané na americké dolary [↑](#footnote-ref-2)
3. \* Mediánová plánovaná částka za příští cestu (USD) [↑](#footnote-ref-3)
4. \*\* Mediánová částka utracená za poslední cestu do zahraničí (USD) [↑](#footnote-ref-4)