

POČET OBCHODNÍCH CEST V ASIJSKO-PACIFICKÉM REGIONU ROSTE



Accor nedávno zveřejnil studii, která se snaží lépe porozumět vzorcům obchodní turistiky v asijsko-pacifickém regionu. Výzkum z roku 2012 ukázal, že každý manažer vykonal v první polovině roku 2012 v průměru 10 cest, což je o 4 více než za stejné období v předchozím roce.

Největší nárůst zaznamenala pevninská Čína, kde se za první polovinu letošního roku zvedl počet obchodních cest na 17 oproti 9 cestám v roce 2011. Na druhém místě je Indie, kde se počet obchodních cest vyšplhal na 13 oproti loňským sedmi. Jedinou zemí, kde letos k navýšení nedošlo, je Singapur. V první polovině roku 2012 vykonal obchodní zástupci stejně jako v roce 2011 v průměru sedm cest. Na druhou stranu si Singapur polepšil, stal se v roce 2012 nejoblíbenější destinací obchodní turistiky v regionu. V závěsu za ním zůstaly Hongkong a Thajsko.

Mezi ostatní oblíbené destinace obchodní turistiky v asijsko-pacifickém regionu patřily pevninská Čína, Malajsie, Indie a Indonésie. I když jsou podstatné změny v tomto žebříčku nepravděpodobné, dá se v druhé polovině roku 2012 očekávat vzestup Japonska. Za obchodem by sem měli cestovat zejména podnikatelé z Thajska a Číny.

Z průzkumu nadále vyplynulo, že se zvedla také přidělený rozpočet na pokoj, v průměru ze 121 na 125 dolarů. Nejvíce si mohli přilepšit obchodní cestující ze Singapuru, a to o celých 16,4 %, hned za nimi pak ti z Austrálie a Indie. Nejhůře na tom byli obchodní cestující z Indonésie, kterým se rozpočet na ubytování propadl o 12 % na pouhých 81 dolarů za noc.

Průzkum vycházel ze zkušenosti 2600 obchodních cestujících z devíti zemí asijsko-pacifického regionu. Dohromady vykonal v první polovině roku 2012 zhruba 26 000 cest.

Výzkum se snažil mimo jiné najít příčiny rozmachu obchodní turistiky. Mezi hlavní důvody patří změna pracovní pozice, expanze podnikových aktivit a snaha o rozšíření trhu a zvýšení odbytu. Nárůst obchodní turistiky v Indii a Thajsku se dá vysvětlit rostoucím optimismem zdejších firem, které věří v brzké ozdravení ekonomiky.

Průzkum také ukázal, že většina obchodních cestujících využívala technologie a své rezervace provedli přes internet. Také ubytování si většina těchto turistů zamluvila přímo na webových stránkách příslušných hotelů. Tuto internetovou službu přitom využilo přes 68 % obchodních cestujících z Indie, ale jen 36 % cestujících z Číny. K online rezervacím motivuje turisty pohodlí, zvláštní nabídky a slevy, jednoduchost a okamžité potvrzení. Další výhodou je, že si mohou prohlédnout pokoje ještě před samotnou rezervací.

Asi 74 % obchodních cestujících pracuje na pozici manažera nebo jejich podřízených. Nejvíce těchto cestujících z Indie jsou ale ředitelé, vedoucí nebo majitelé podniků. Tato data ukazují, že v indické podniky mají tendenci vysílat na jednání do ciziny své nejzkušenější pracovníky. Zajímavostí je také, že přes 75 % obchodních cestujících v asijsko-pacifickém regionu jsou muži. V Indii mají ženy na obchodních cestách jen 6% podíl, zatímco v Thajsku je to přes 40 %.

Date: 2012-10-01

Article link:

<https://www.tourism-review.cz/pruzkum-ukazal-na-rostouci-obchodni-turistiku-v-asijsko-pacifickem-regionu-news3404>