

Češi cestují za zážitky, ale šetří. Téměř polovina chce poznávat a 88 % utratí jen tolik, kolik si naplánovali

25.6.2025 - | PROTEXT

Nejnovější studie společnosti Visa, která zahrnovala sedm zemí střední a východní Evropy včetně Česka, přináší nejnovější trendy v oblasti cestování. Výsledky ukázaly, že hlavními cíli českých turistů zůstávají odpočinek a relaxace. Není to ale pravidlem. Téměř polovina dovolenkářů hledá nové zážitky a poznání. Pětina českých turistů se také ráda ujímá role plánovačů a organizují výlety pro sebe i pro ostatní členy skupiny. Jiní cestují šetrně vůči své peněžence: 14 % Čechů tvoří zkušení lovci slev, kteří často hledají výhodné nabídky a triky, jak se vyhnout zbytečně vysokým cenám. Pro každého pátého Čecha je to právě výhodná nabídka, která nakonec rozhoduje o tom, kam se vydá. Pouze každý desátý Čech se naopak hlásí k životnímu stylu influencerů a sdílí na internetu příspěvky z trendy míst. Stejně množství lidí uvádí, že při výběru dovolené se řídí trendy na sociálních sítích.

A jak je to s útratou? Češi se v regionu střední a východní Evropy řadí za Poláky a Slováky, ale před Rumuny, Chorvaty, Maďary a Bulhary s průměrným rozpočtem na zahraniční cestu 21.000 korun na osobu, které utratí především za stravu, výlety a suvenýry. Zatímco 16 % přiznává, že přizpůsobují výdaje svým spolucestujícím i v případě, že to znamená překročit předpokládaný rozpočet, více než třetina plánuje výdaje pečlivě ještě před odjezdem. V průběhu dovolené pak každý druhý český turista sleduje své výdaje prostřednictvím digitálního bankovníctví. Výsledek? Z Čechů, kteří plánují své výdaje předem, celých 88 % dokáže skloubit dovolenou s finanční odpovědností a tvrdí, že jejich skutečné výdaje v místě destinace odpovídají předem naplánovanému rozpočtu.

"Naše studie ukazuje, že Češi jsou při cestách do zahraničí velmi praktičtí, ale také očekávají, že banky jim nabídnou řešení, která zlepší jejich cestovní zážitky, a jsou ochotni za ně zaplatit. Mezi ně patří větší slevy na letenky a hotely či věrnostní programy. Takový přístup ukazuje, jak důležité je průběžně sledovat potřeby zákazníků, aby bylo možné usnadnit jim jak každodenní život, tak i dovolené. Proto Visa nejenže přináší každý den i během svátků plynulejší, bezpečnější a pohodlnější platební služby, ale také spolupracuje s bankami, aby zákazníkům poskytovala specializované produkty a služby zaměřené na cestování a nabídla jim podporu a výhody během domácích i zahraničních cest. Mezi ně patří slevy nebo flexibilnější kontrola výdajů," říká Marcel Gajdoš, generální ředitel Visa pro Česko, Maďarsko a Slovensko.

Digitální český turista

Studie společnosti Visa odhalila, že digitální platby se stávají běžnou součástí života jak doma, tak i na zahraničních cestách. Více než 4/5 českých turistů budou v zahraničí platit kartou, chytrým telefonem nebo chytrými hodinkami (meziroční nárůst o + 2 %[1]). Obzvláště působivý růst zaznamenávají mobilní peněženky, jejichž používání meziročně vzrostlo o 20 % a třetina českých spotřebitelů si tuto platební metodu zvolila jako preferovanou při cestách do zahraničí[2]. S platebními kartami Visa lze rychle a bezpečně platit u více než 150 milionů obchodníků ve více než 200 zemích a teritoriích ve více než 180 měnách. Tyto aspekty zdůrazňují také turisté ze střední a východní Evropy, kteří jako výhody platby kartou v zahraničí nejčastěji uvádějí pohodlí (64 %), rychlost (61 %) a bezpečnost (55 %).

Nejoblíbenější destinací je Itálie

Polovina Čechů[3] plánuje v této sezóně dovolenou v zahraničí. Nejčastěji budou mířit do Itálie, Chorvatska a Řecka. Většina z nich si cestu zorganizuje sama, pouze 2 z 5 se rozhodnou pro zájezdy. Bez ohledu na to, jaký způsob cestování si zvolí, preferují pro nákup služeb a platby online kanály.

"Naše studie ukazuje, že Češi, ať už ve fázi plánování nebo během samotné dovolené v zahraničí, rádi volí platby prostřednictvím mobilních peněženek, které jsou založeny na systémech a technologiích Visa. Klíčovou technologií je zde tokenizace, která poskytuje dodatečnou úroveň zabezpečení, takže cestující mohou platit s větším klidem," dodává Gajdoš.

Při výběru destinace se většina Čechů obrací na osvědčené zdroje – nejčastěji jsou to přátelé a rodina, cestovní portály a cestovní kanceláře či cestovatelské brožury. Je tu však i novinka: každý desátý cestovatel se již obrací na umělou inteligenci. Stejně jako ve zbytku střední a východní Evropy se AI tiše ujímá role cestovního poradce, což dokazuje, že i plánování dovolených prochází digitální transformací.

Kromě obecných plánů průzkum Visa také zkoumal, jaké jsou pro spotřebitele ve střední a východní Evropě nejvíce frustrující problémy související s cestováním. Ukázalo se, že mezi ty nejčastější patří neočekávané narušení cesty (zpoždění letů, zrušení letů, ztráta zavazadel), přeplněná turistická centra nebo obavy z podvodů, kapsářů a celkové bezpečnosti. Každý desátý český turista také přiznává, že ho v zahraničí zaskočila nedostupnost bezhotovostních platebních metod, které nefungovaly tak, jak je zvyklý z domova.

O průzkumu:

Visa CEE Travel and Payment Intentions Study 2025 zahrnovala následující země: Bulharsko, Chorvatsko, Česko, Maďarsko, Polsko, Rumunsko a Slovensko. Byla realizována výzkumnou agenturou GfK – členem skupiny NIQ – v březnu 2025 na reprezentativním vzorku 1000 respondentů (ve věku 18–65 let) v každé z těchto zemí.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/cesi-cestuji-za-zazitky-ale-setri-temer-polovina-chce-poznat-a-88-utrati-jen-tolik-kolik-si-naplanovali/2690844>