

Jak podróżuje pokolenie Z?

2019-05-14



Jeszcze do niedawna jedną z najbardziej wpływowych i najszybciej rozwijających się grup konsumenckich byli tak zwani milenialsi, czyli generacja Y.

Dzisiaj do głosu dochodzi również pokolenie Z, które ma coraz większy wpływ także na trendy obowiązujące w branży turystycznej. Jak podróżuje generacja Z? Tego możemy dowiedzieć się z najnowszych globalnych badań, przeprowadzonych przez Expedia Group Media Solutions.

Milenialsi to pokolenie ludzi urodzonych w latach 1980-1994, czyli mających obecnie 25-29 lat. Z kolei generacja Z to osoby urodzone w latach 1995-2015, czyli mające teraz maksymalnie 24 lata, choć niektóre źródła za dolną granicę przyjmują nawet 1990 rok, a inne 2000 rok. Cechy charakterystyczne generacji Z

Podczas gdy milenialsi stopniowo wkraczali do cyfrowego świata, pokolenie Z dorastało już w otoczeniu nowoczesnych technologii, przez co uznaje się, że mało czasu spędza w realnym świecie. Przedstawiciele generacji Z nie znają świata bez technologii, swoją wiedzę czerpią przede wszystkim z internetu, gdzie również chętnie się nią dzielą. Pokolenie Z określa się też jako przedsiębiorcze, otwarte, bezpośrednie i mające wielkie plany na przyszłość. Generacja Z chce poznawać nowych ludzi i budować relacje społeczne, przy czym informacjami najczęściej dzieli się przez serwisy społecznościowe.

Na wielu rynkach to pokolenie Z staje się tym dominującym, a jako że jego najstarsi przedstawiciele właśnie wkraczają na rynek pracy, zdobywają niezależność finansową i chętnie podróżują, jego wpływ na branżę turystyczną także jest coraz większy. Co więcej, do 2020 roku generacja Z ma być najliczniejszym pokoleniem na świecie, a już teraz jej globalna siła nabywcza bywa szacowana na ponad 140 miliardów dolarów. Jak podróżuje pokolenie Z?

Expedia Group Media Solutions postanowiła sprawdzić, w jaki sposób podróżują przedstawiciele generacji Z. Badania zostały przeprowadzone w 11 różnych krajach w marcu 2017 roku oraz marcu 2018 roku i obejmowały między innymi częstotliwość podróży, czynniki wpływające na decyzje dotyczące rezerwacji czy przeznaczenie wydatków. Jako że część pokolenia Z to wciąż dzieci, w badaniach wzięto pod uwagę jedynie osoby, które mają 18 lat lub więcej.

Przedstawiciele generacji Z mają do dyspozycji średnio 23 dni rocznie, które mogą przeznaczyć na podróże. Najczęściej, bo aż w 59 proc. przypadków, ich wyjazdy są motywowane chęcią wypoczynku, choć nie stronią oni od

aktywności i przygód. Pokolenie Z chętnie odwiedza też rodzinę (41 proc.), podróżuje, by brać udział w wydarzeniach specjalnych (26 proc.), jak również w celach rozrywkowych (21 proc.).

Z analizy Expedia Group Media Solutions wynika też, że 84 proc. osób z generacji Z uważa social media za odgrywające istotną rolę przy planowaniu podróży. W serwisach społecznościowych poszukują oni między innymi promocji, a ponadto czerpią inspirację do podróży, oglądając zdjęcia i filmy publikowane przez znajomych czy ekspertów.

Pokolenie Z zaczyna też wyjeżdżać służbowo – średnio odbywają oni 6 podróży biznesowych rocznie. Co jednak najciekawsze, 66 proc. reprezentantów generacji Z, gdy tylko ma taką możliwość, przedłuży wyjazd służbowy, by dodatkowy czas przeznaczyć na wypoczynek i rozrywkę, a 88 proc. z nich – oszczędza przed zbliżającą się podróżą.

Z analizy Expedia Group Media Solutions wynika też, że 84 proc. osób z generacji Z uważa social media za odgrywające istotną rolę przy planowaniu podróży. W serwisach społecznościowych poszukują oni między innymi promocji, a ponadto czerpią inspirację do podróży, oglądając zdjęcia i filmy publikowane przez znajomych czy ekspertów.

Przeczytaj cały artykuł