

Niilo Luukkonen

KIINALAISTEN MATKAILIJOIDEN MAKSUTAVAT JA  
RAHANKÄYTTÖ SUOMESSA

Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma  
2018

# KIINALAISTEN MATKAILIJOIDEN MAKSUTAVAT JA RAHANKÄYTTÖ SUOMESSA

Luukkonen, Niilo  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma  
Maaliskuu 2018  
Sivumäärä: 40  
Liitteitä: 8

Asiasanat: Kiina, Matkailu, Maksutavat, Rahankäyttö

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää kiinalaisten turistien kuluttajakäyttäytymistä ja preferenssejä maksutapojen suhteen heidän matkaillessaan ulkomailla ja erityisesti länsimaissa.

Teoriaosuudessa käytiin läpi vaikuttajia, jotka ovat toimineet kiinalaisen ulkomaanturismin eksponentiaalisen nousun taustalla. Tämän lisäksi käytiin läpi kiinalaisten turistien vaikutusta suomalaiselle matkailusektorille, sekä hahmoteltiin erityyppisten matkailijoiden turistiprofiilit. Teoriaosuudessa käytiin myös läpi kiinalaisten omia maksutapoja ja tuotiin esille niiden eroavaisuuksia länsimaalaisiin maksutapoihin verrattuna. Lopuksi käsiteltiin prosesseja, joiden avulla suomalaiset yritykset pystyisivät potentiaalisesti integroimaan kiinalaiset maksutavat omaan yritykseensä.

Opinnäytetyön tutkimuksessa haastateltiin 50 kiinalaista turistia, joka mahdollistui kolme eri kohdemaan ja useiden haastattelijoiden avustuksella. Tutkimuksen haastattelut toteutettiin Suomessa, Mauritiuksessa ja Kiinassa ja tutkimuksessa käytettävä otantamenetelmä oli harkinnanvarainen näyte.

Teoriatiedon ja tutkimuksen pohjalta pyrittiin selvittämään sitä potentiaalista hyötyä, joka saavutettaisiin integroimalla kiinalaisia maksutapoja suomalaisiin yrityksiin. Tutkimusongelman kannalta oli tärkeää selvittää, olisiko uusille maksutapavaihtoehdoille kysyntää ja jos olisi niin kuinka suuressa mittakaavassa. Tämän lisäksi oli olennaista kartoittaa haastateltavien keskuudessa, miten uudet maksutavat mahdollisesti muuttaisivat yksilöiden rahankäyttöä. Tämä lisäisi tietoa siitä, miten kannattavaa kyseisten maksutapojen integroiminen yritysten toimintaan mahdollisesti olisi.

Tutkimuksen perusteella saatiin selville, että kiinalaisilla matkailijoilla oli vaikeuksia maksutapojen suhteen länsimaissa matkustaessaan, kysyntää kiinalaisille maksutavoille oli olemassa ja vastaajien kesken neljä viidestä uskoi uusien maksutapojen lisäävän henkilökohtaista kulutustaan matkakohteissa.

Teoriatiedon ja tutkimuksen pohjalta luotiin yleinen toimintamalliehdotus yrityksille, jotka suunnittelevat kiinalaisten maksutapojen integroimista omaan liiketointansa. Toimintamallissa käydään yleisesti läpi, mitä jokaisen yrityksen pitäisi pitää mielessään kartoittaessaan uusien maksutapojen kannattavuutta omalla alallansa.

# THE PAYMENT METHODS AND EXPENDITURES OF CHINESE TOURISTS IN FINLAND

Luukkonen, Niilo  
Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in International Trade  
March 2018  
Number of pages: 40  
Appendices: 8

Keywords: China, Traveling, Payment method, Expenditure

---

The purpose of this thesis was to identify the consumer behavior and preferred payment methods of Chinese tourists while traveling in Western countries.

The theory part began by listing reasons behind the exponential increase of Chinese outbound tourism and the importance of said tourist in Finnish tourism sector. The theory section also includes tourism profiles based on the distinct characteristics and buying behavior of Chinese outbound tourists. The theory continues by identifying payment methods used in China, the differences of said payment methods compared to western ones as well as the actual process and guidelines on how to integrate Chinese payment methods for Finnish companies.

The total number of participants in the survey was 50 Chinese travelers. Surveys were executed in Finland, Mauritius and China with the help of multiple interviewers. The sampling method used in the survey was judgemental sampling.

Based on the information gathered from research and survey the objective of the thesis was to determine the potential benefits of integrating Chinese payment methods to Finnish based companies. It was imperative to determine if there was actual demand for new payment methods. In addition, it was important to identify if the changes would increase consumption of Chinese travelers to better understand the profitability of the integration of Chinese payment methods.

The survey concluded that the tourists had problems in payments while traveling in Western countries as well as established that there was demand for Chinese payment methods. Based on all the participants' answers approximately four out of five travelers believed that their consumption would increase with the integration of new payment methods.

Based on the information gathered from the research and survey a general operation model was constructed as a guideline to help companies planning of integrating Chinese payment methods in their operations. The operation model's purpose is to provide information on what should be researched before the implementation process as well as the potential benefits new payment methods could bring to the business.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	ONGELMANASETTELU JA KÄSITTEELLINEN VIITEKEHYS .....	7
2.1	Ongelmanasettelu.....	7
2.2	Käsitteellinen viitekehys .....	8
3	KIINAN TALOUDEN JA ULKOMAILLE SUUNTAUTUVAN TURISMIN NOUSU .....	9
3.1	Kiinan ja sen varallisuuden nousu .....	9
3.2	Kiinalainen ulkomaan turismi.....	9
3.3	Kiinalaisen ulkomaan matkailijan profiili .....	10
4	KIINALAISTEN MATKAILIJOIDEN MÄÄRÄ JA RAHANKÄYTTÖ SUOMESSA.....	12
4.1	Kiinalaisten turistien määrä Suomessa .....	12
4.2	Kiinalaisten turistien rahankäyttö verrattuna muihin ulkomaan turisteihin. 14	
5	KIINALAISTEN KULUTTAJIEN MAKSUTAPAVAIHTOEHDOT .....	15
5.1	Perinteiset maksutapavaihtoehdot ja kiinalaiset pankit .....	15
5.2	Yksityiset yritykset ja sähköiset maksutavat Kiinassa.....	16
5.3	Kiinalaisten maksutapojen käyttöönotto Suomessa.....	17
5.3.1	UnionPay International.....	17
5.3.2	Alipay .....	18
5.3.3	WeChat Pay .....	19
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	21
6.1	Tutkimusasetelma .....	21
6.2	Tutkimusote .....	22
6.3	Tutkimuksen perusjoukko ja otanta .....	22
6.4	Kysymyslomakkeen suunnittelu .....	23
6.5	Aineiston keruu .....	23
6.6	Aineiston analysointi .....	24
6.7	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti .....	25
7	TUTKIMUSTULOKSET .....	26
7.1	Tulosten esittely .....	26
7.1.1	Vastanneiden henkilötiedot .....	27
7.1.2	Kiinalaisten turistien matkailuprofiili.....	28
7.1.3	Kiinalaisten matkailijoiden maksutavat .....	29
7.2	Analysointi .....	33

8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	35
9 TOIMINTASUOSITUKSET .....	36
10 LOPPUSANAT .....	38
LÄHTEET .....	39
LIITTEET	

# 1 JOHDANTO

Kiinalaisten matkailijoiden määrä Suomen maaperällä on kasvanut räjähdysmäisesti viimeisen vuosikymmenen aikana ja jatkaa vahvaa kasvuaan vuosi vuodelta. Kyseinen turismiryhmä käyttää myös tilastollisesti merkittävästi enemmän rahaa verrattuna venäläisiin turisteihin, jotka aiemmin dominoivat määrällisesti Suomen turismivirtaa.

Kasvu kiinalaisten turistien kohdalla on tuonut uusia haasteita ja mahdollisuuksia suomalaisille yrityksille, jotka operoivat suomalaisella turismisektorilla. Toisin kuin länsimaalaiset naapurimme, jotka pääsääntöisesti tekevät ostotapahtumansa monikansallisten luottoyhtiöiden kuten Visan ja Mastercardin voimin, Aasiassa ja erityisesti Kiinassa käytetään maan omaa maksujärjestelmää kuten UnionPay tai vastaavaa.

Eroavaisuudet ja rajoitukset käytettävien maksujärjestelmien kohdalla todennäköisesti vaikuttavat kiinalaisten turistien rahankäyttöön heidän lomamatkoillaan Suomessa. Opinnäytetyön tarkoitus on ottaa selvää, rajoittavatko eroavaisuudet ja muut vaikeudet turistien rahankäyttöä Suomessa sekä miten ostotapahtumaa maksamisen osalta mahdollisesti voidaan helpottaa.

Ensimmäiseksi opinnäytetyössä käydään läpi ongelmanasettelu ja käsitteellinen viitekehys, jotta lukija saa hyvän käsityksen opinnäytetyön tarkoituksesta sekä vaikuttajista työn taustalla. Tämän jälkeen siirrytään teoriaosaan, jossa tarkastellaan lyhyesti Kiinan historiaa ja vaikuttajia, jotka ovat mahdollistaneet maan ulkomaanturismin voimakkaan kasvun. Teoriaosassa käsitellään myös kiinalaisten turistien profiileja ja heidän merkitystään suomalaiselle matkailusektorille.

Teoriaosa päättyy kiinalaisten kuluttajien maksutapojen esittelyyn. Tässä luvussa tarkastellaan eri maksutapojen suosiota kiinalaisten kuluttajien keskuudessa, sekä sitä millaisia mahdollisuuksia suomalaisilla yrityksillä on integroida uusia maksutapoja toimintaansa. Opinnäytetyö jatkuu tutkimuksen toteutuksen esittelemiseen, jossa käydään läpi vaiheita ja valintoja tutkimuksen toteuttamiseen liittyvien valintojen taustalla. Tätä seuraa itse kyselylomakkeista saatujen tietojen analysointi, niiden pohjalta annetut ehdotukset ja yhteenveto.

## 2 ONGELMANASETTELU JA KÄSITTEELLINEN VIITEKEHYS

### 2.1 Ongelmanasettelu

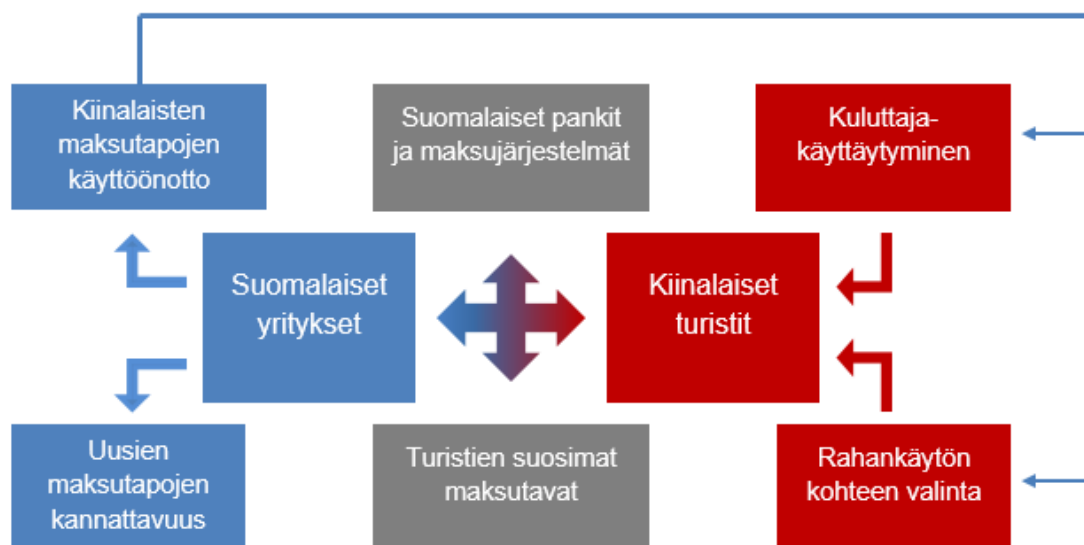
Opinnäytetyön tutkimusongelma voidaan määritellä seuraavasti: Miten suomalaisten yritysten tarjoamat ja kiinalaisturisteille tutut maksutapavaihtoehdot vaikuttavat heidän ostokäyttäytymiseensä ja rahankäyttöön Suomessa?

Tutkimusongelman pohjalta voidaan asettaa seuraavat tutkimuskysymykset:

- 1) Suosivatko kiinalaiset turistit kortilla vai käteisellä maksamista?
- 2) Vaikuttaako tiettyjen maksutapavaihtoehtojen puute turistien rahankäyttöön ja sen kohteiden valintaan?
- 3) Mitkä ovat kiinalaisten turistien suosimat rahankäytön kohteet Suomessa ja muissa Euroopan maissa?
- 4) Eroavatko kiinalaisten matkailijoiden maksutavat Suomessa ja muissa Euroopan maissa Aasian ja kotimaan lomakohteisiin verrattuna?
- 5) Mitä parannuksia suomalaiset yritykset voivat tehdä maksutapojen suhteen?

Tutkimuksen ja teoreettisen tiedon avulla pyritään lisäksi selvittämään suomalaisten yritysten potentiaaliset rajoitukset ja mahdollisuudet kiinalaisten pankkien ja muiden maksutapojen käyttöönoton suhteen.

## 2.2 Käsitteellinen viitekehys



Kuvio 1. Käsitteellinen viitekehys: Vaikuttajat kiinalaisten turistien ja suomalaisten yritysten taustalla (Opinnäytetyön tekijä)

Käsitteellisen viitekehysten keskeisimmät vaikuttajat ovat kiinalaiset turistit ja suomalaiset yritykset. Tärkeänä osana tätä dynamiikkaa toimivat suomalaiset pankit ja perinteiset jo olemassa olevat maksujärjestelmät, jotka ovat käytössä suurimmassa osassa yrityksissä. Yhtä tärkeänä vaikuttajana suomalaisten maksujärjestelmien kanssa toimivat kiinalaisten matkailijoiden suosimat maksutavat.

Kiinalaisten turistien motiiveina rahankäytön suhteen ovat heidän suosimansa maksutavat ja preferenssit rahankäytön kohteiden valinnan suhteen. Kyseiset osa-alueet ovat tärkeässä asemassa, kun tutkitaan ja pyritään paremmin ymmärtämään kiinalaisten turistien kuluttajakäyttäytymistä heidän matkaillessaan Suomessa.

Suomalaisten yritysten taustalla taas vaikuttavat kiinalaisille tuttuun maksutapojen käyttämisen puuttuminen ja mahdollisuudet niiden integroimisessa omaan liiketoimintaansa. Uusien vaihtoehtojen käyttöönottamisessa on tärkeää ottaa huomioon, kuinka suurta hyötyä uudet maksutavat potentiaalisesti toisivat kyseisten yritysten liikevaihtoon.



### 3 KIINAN TALOUDEN JA ULKOMAILLE SUUNTAUTUVAN TURISMIN NOUSU

#### 3.1 Kiinan ja sen varallisuuden nousu

Kiina luetaan yhdeksi maailman vanhimmista sivilisaatioista, jonka historia juontaa yli viiden tuhannen vuoden päähän (Fercility 2017). Pinta-alaltaan maa on verrattavissa Yhdysvaltoihin ja asukasluvultaan Kiina on kärjessä vajaalla 1,4 miljardilla kansalaisella. Vuosituhansia aiemmin Kiina toimi edelläkävijänä taiteen ja tieteen parissa, mutta toinen maailmansota ja aiemmat konfliktit Japanin kanssa romuttivat maan talouden (Central Intelligence Agency www-sivut 2017).

Kiinan nousu yhdeksi maailman merkittävimmistä taloudellisista vaikuttajista tapahtui suhteellisen lyhyessä ajassa. Toisen maailmansodan jälkeen lukemattomat kiinalaiset kärsivät sanoin kuvaamatonta kärsimystä Mao Zedongin kulttuurivallankumouksen aikana, jonka seurauksena kymmenet miljoonat kansalaiset menettivät henkensä.

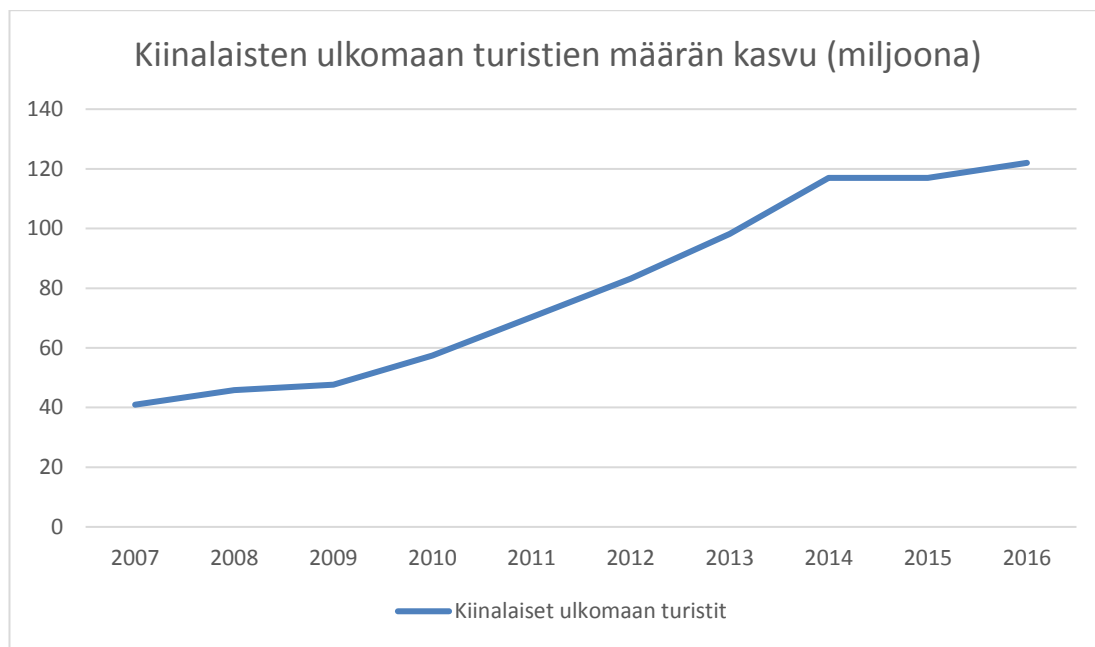
Puhemiehen kuoleman jälkeen hänen seuraajansa kuitenkin tekivät taloudellisia uudistuksia maan ulkomaankaupan suhteen. Taloudellisen uudistuksen kulmakivenä olivat samat alikehittyneillä alueilla asuvat ihmiset, jotka kärsivät eniten puhemiehen tiukan kommunistisen kontrollin aikana.

Nykyisen kommunistisen puolueen totalitäärinen kontrolli maan tärkeimmistä resursseista ja kansalaisistaan mahdollisti osaltaan merkittävän taloudellisen kasvun, joka on jatkunut vahvana tähän päivään saakka (Griffiths 2016).

#### 3.2 Kiinalainen ulkomaan turismi

Kiinan kansallisen turismihallinnon tuoreimpien tietojen mukaan vuoden 2017 ensimmäisen kuuden kuukauden aikana tehtiin 62,03 miljoonaa lomamatkaa Manner-Kiinan ulkopuolelle. Kasvua on tapahtunut 5% edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon verrattuna. Kasvu on ollut eksponentiaalista vuosi vuodelta vuodesta 2007 saakka ja sen oletetaan jatkuvan nousujohteisena suotuisempien viisumilinjauksien yleistyessä eri

kohdemaissa. On myös tärkeää huomioida kiinalaisten ulkomaan turismin kasvun potentiaali. Kiina on jo tilastollisesti yksi merkittävimmistä maista ulkomaan turismin saralla, vaikka 90% maan kansalaisista ei omista passia, joka mahdollistaisi ulkomaan matkailun (Travel China Guide 2017).



Kuvio 2. Kiinalaisten ulkomaan turistien määrän kasvu (miljoona). (Travel China Guide 2017)

Tutkimusten mukaan merkittävimmät syyt kiinalaisten matkailuun ovat tutustuminen uusiin kulttuurillisiin tapoihin, luonnonläheisyys sekä stressin lievitys ja rentoutuminen. Uusien ystävyysuhteiden luominen on myös tärkeä osa kiinalaisten turistien matkailukulttuuria (Travel China Guide 2017).

### 3.3 Kiinalaisen ulkomaan matkailijan profiili

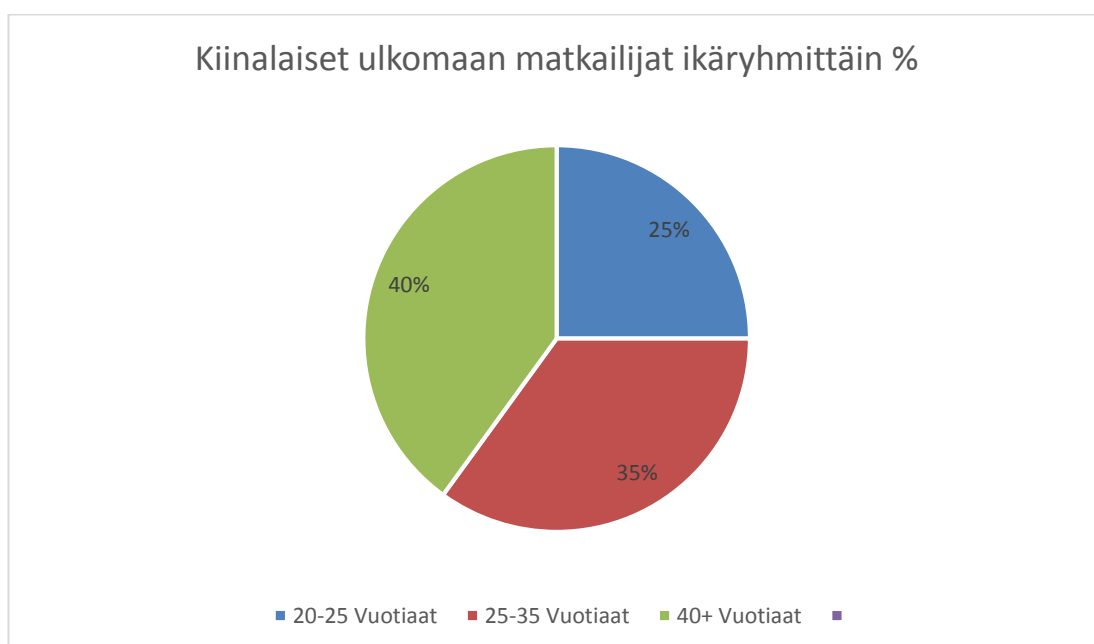
Kiinan nousu maatalousvaltaisesta taloudesta teollisuusvaikuttajaksi ja lopulta moderniksi markkinataloudeksi on nostanut lukemattomat vähäosaiset perheet keskiluokkaiseen ja korkeamman ansiotason elämään. Tämä yhdistettynä aiempaan valtion tason ulkomaan matkailun rajoitusten poistumiseen, on toiminut vaikuttajana Kiinan ulkomaan matkailun dominointiin moderneilla turistimarkkinoilla (Rakotonahary, Fanamezantsoa & Nasolomampionona 2014, 19).

Kiinan ulkomaan matkailun kannalta merkittävämmät ajanjaksot ovat kiinalainen uuvivuosi, joka sijoittuu länsimaalaisella kalenterilla tammikuun ja helmikuun väliselle ajalle sekä lokakuun ensimmäinen viikko, joka on Kiinan kansallinen juhleviikko (Rakotonahary, Fanomezantsoa & Nasolomampionona 2014, 20).

Kiinalaiset ulkomaan matkailijat voidaan segmentoida iän mukaan kolmeen merkittävään ryhmään. Ensimmäinen ryhmä koostuu nuorista 20-25 vuotiaista henkilöistä ja se kattaa melkein 25% kaikista Kiinan ulkomaan turisteista. Tälle ryhmälle ominaista on itsenäinen matkustaminen, omien matkakohteiden valinta sekä niiden suunnittelu.

Seuraava ryhmä koostuu 25-35 vuotiaista matkailijoista, jotka matkustavat muita ryhmiä useammin. He suunnittelevat ja organisoivat matkoja ryhmässä, mutta pyrkivät säilyttämään oman itsenäisyytensä matkoilla. Kyseinen ryhmä vastaa noin 35% Kiinan ulkomaan turisteista.

Kolmas ryhmä sisältää iältään 40 vuotiaat ja vanhemmat turistit, jotka vastaavat 40% kaikista ulkomaan matkailijoista. Heille ominaista on ryhmämatkustaminen ja ryhmässä pysyminen matkan aikana (Chinese Tourists Agency 2016).



Kuvio 3. Kiinalaiset ulkomaan matkailijat ikäryhmittäin % (Chinese Tourists Agency 2016)

Nuoremmat matkailijat ovat suuremmaksi osaksi naimattomia henkilöitä, jotka ovat vastikään koulunsa lopettaneita ja työelämään saapuneita. He ovat uteliaita, haluavat nähdä maailmaa sekä kokea uusia elämyksiä.

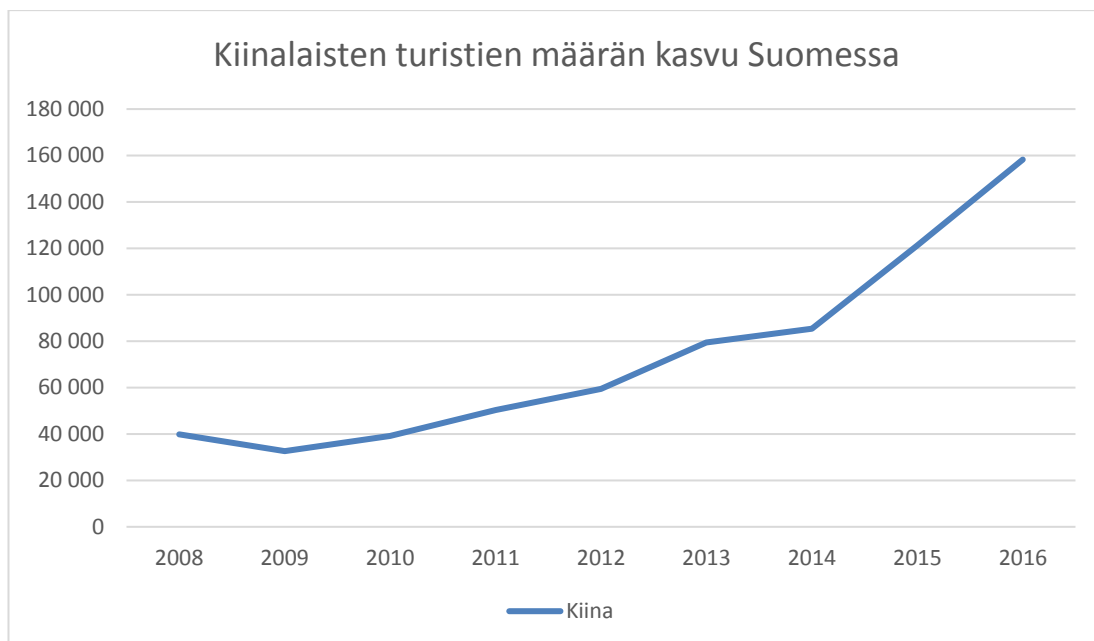
Seuraavan segmentin matkailijoilla on usein oma perhe, jonka lisäksi he ovat vastuussa omien vanhempiensa hoidosta. He haluavat tutustuttaa omat lapsensa uusiin maihin ja kulttuureihin ja uskovat, että matkustuksella on positiivinen vaikutus koko perheen yhtenäisyyteen.

Iäkkäämmät turistit, jotka ovat jo poistuneet työelämästä, ovat usein varakkaita sekä paljon vapaata aikaa omaavia henkilöitä, joille matkailusta on tullut tärkeä osa elämää. Maailman näkeminen ja matkustaminen nähdään hyväksi vapaa-ajan käyttökohteeksi (Wang 2016).

## 4 KIINALAISTEN MATKAILIJOIDEN MÄÄRÄ JA RAHANKÄYTTÖ SUOMESSA

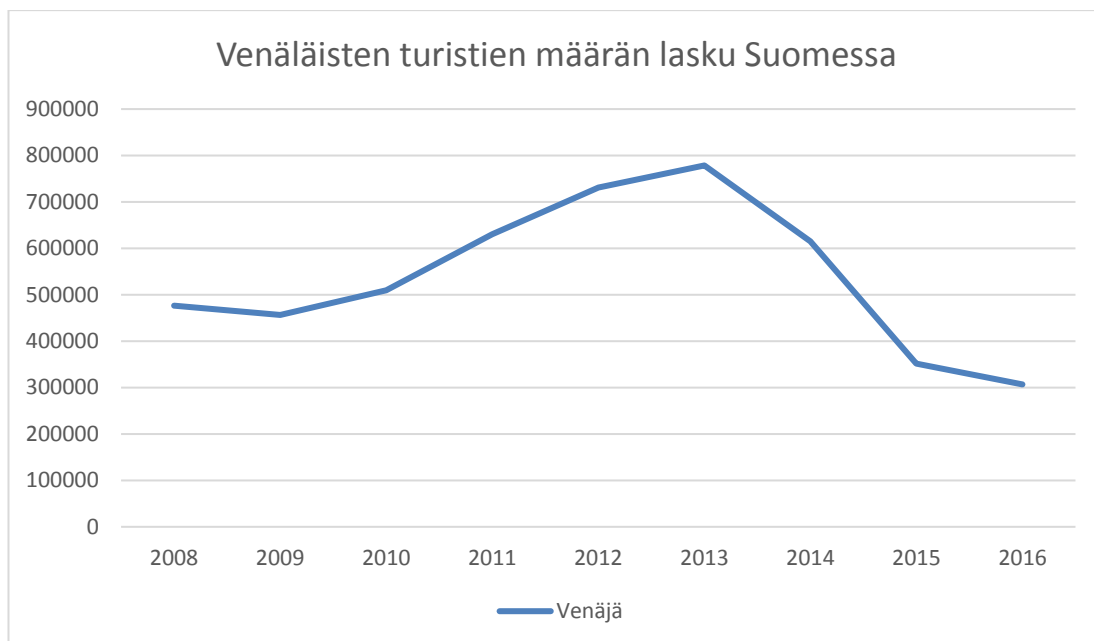
### 4.1 Kiinalaisten turistien määrä Suomessa

Kiinalaisten turistien määrä Suomessa on kasvanut eksponentiaalisesti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Visit Finland verkkosivun Rudolf tilastopalvelua apuna käyttäen voidaan todeta, että kiinalaisten turistien määrä Suomessa on nelinkertaistunut vuodesta 2008 alkaen (Visit Finland Rudolf tilastopalvelu majoitustilastot 2008-2016).



Kuvio 4. Kiinalaisten turistien määrän kasvu Suomessa (Visit Finland Rudolf tilastopalvelu majoitustilastot 2008-2016)

Merkittävää muutosta on tapahtunut myös venäläisten turistien kohdalla. Venäjä on aikaisemmin ollut yksi tärkeimmistä Suomeen suuntautuvan ulkomaan turismin maista. Venäjän kohdalla muutosta on kuitenkin tapahtunut päinvastaiseen suuntaan ja Tilastokeskuksen tietojen mukaan vuonna 2016 venäläisiä turisteja matkusti Suomeen vain murto-osa parhaimpiin vuosiin verrattuna.



Kuvio 5. Venäläisten turistien määrän lasku Suomessa (Visit Finland Rudolf tilastopalvelu majoitustilastot 2008-2016)

Vaikka lukumäärällisesti Venäjä pysyy merkittävänä maana Suomen ulkomaan turismin kannalta, viime vuosien radikaali lasku matkailijoiden määrässä pitää ottaa huomioon niiden suomalaisten yritysten liiketoiminnassa, jotka operoivat turismisektorilla (Visit Finland Rudolf tilastopalvelu majoitustilastot 2008-2016).

Valtion tasolla kiinalaisten turistien nousu ei ole jäänyt huomioimatta. Vuonna 2016 Suomen Ulkoministeriö tiedotti avaavansa 13 uutta viisumikeskusta lisää Kiinan maaperälle. Edellisten jo olemassa olevien viisumikeskusten, jotka sijaitsevat Shanghaissa ja Pekingissä, lisäksi viisumikeskukset pystyvät nyt tarjoamaan palvelujaan Euroopan kokoisella alueella. Palvelutarjonnan alueen laajentaminen sekä uusien keskusten avaaminen lähettävät positiivista viestiä kiinalaisille turisteille ja luovat potentiaalia ylläpitämään vuotuista kiinalaisten turistien määrän nousua Suomessa. (Suomen Ulkoministeriön www-sivut 2016)

#### 4.2 Kiinalaisten turistien rahankäyttö verrattuna muihin ulkomaan turisteihin

Ulkomaalaisten matkailijoiden rahankäytöstä päivää ja matkaa kohden voidaan todeta, että Kiina ja Japani ovat selkeästi kärjessä kummassakin kategoriassa. Japanilaiset

matkustajat käyttävät selkeästi eniten, 183 euroa, matkapäivää kohden ja vastaavasti Kiina sijoittuu toiseksi 137 eurolla. Luvut ovat huomattavasti suuremmat esimerkiksi verrattuna venäläisiin matkailijoihin, jotka kuluttavat keskimäärin 82 euroa matkapäivää kohden.

Koko matkaa kohden käytettävä budjetti on puolestaan kiinalaisilla matkailijoilla selkeästi suurin 656 eurolla ja japanilaisilla matkailijoilla 442 euroa. Luvut ovat lupaavia ottaen huomioon, että erityisesti kiinalaisten matkailijoiden osuus on selkeässä nousussa ja edelleen dominoiva, mutta laskeva venäläisten matkailijoiden budjetti matkaa kohden Suomessa oli keskimäärin vain 174 euroa (Visit Finland www-sivut 2016).

## 5 KIINALAISTEN KULUTTAJIEN MAKSUTAPAVAIHTOEHDOT

### 5.1 Perinteiset maksutapavaihtoehdot ja kiinalaiset pankit

Kiinalla on pitkät perinteet käteisen käytöstä päivittäisessä elämässä. Suurimmaksi osaksi tämä perustuu maan massiiviseen pinta-alaan ja alikehittyneisiin alueihin, joissa vaihtoehtoisia maksutapoja ei ole tarjolla (InterNations www-sivut).

Kehittyneimmissä kaupungeissa ja metropoleissa puolestaan maksutapavaihtoehtoja on runsaasti. Näistä perinteisemmät, Kiinan keskuspankki, The People's Bank of China, sekä muut valtion omistamat pankit kuten: The Bank of China, The Industrial and Commercial Bank of China, The Agricultural Bank of China, China Construction Bank ja The China Development Bank käsittelevät talletuksia, lainoja ja valuutan vaihtoja sekä tarjoavat luottokorttimahdollisuuksia. Tämän lisäksi Kiinassa on useita yksityisen sektorin omistamia pankkeja, jotka tarjoavat palveluja talletuksien ja lainojen suhteen (Ecommerce Worldwide www-sivut).

Viimeisien vuosien aikana käteiskaupan vahva jalansija on kuitenkin vaihtunut moderneimpiin ja sähköisiin maksutapavaihtoehtoihin. Verkkokaupankäynnin räjähdysmäinen nousu rinnastettuna tavarantoimittajiin, jotka eivät tue postiennakkoa on luonut kysyntää uusille maksuvaihtoehtoilta (Ecommerce Worldwide www-sivut).

PayPal:in suorittamassa tutkimuksessa, jossa haastateltiin 4000 kuluttajaa ja 1400 pientä/keskikokoista yrittäjää, selvitettiin seitsemän eri Aasian maan preferenssejä sähköisten ja perinteisten maksutapojen suhteen. Tutkimuksessa saatiin selville, että modernissa Kiinassa, vielä neljännes kyselyyn vastanneista suosi käteiskaupankäyntiä selkeästi eniten jokapäiväisessä elämässään. Lukema oli selkeästi pienempi kuin kyselyyn vastanneiden maiden keskiarvo, joka oli 57%. Käteiskaupankäynnillä on kuitenkin vielä suhteellisen vahva asema Kiinassa esimerkiksi verrattuna länsimaalaiseen naapuriimme Ruotsiin, jossa vain 2% kaikista transaktioista tapahtui käteisen muodossa vuonna 2015 (PayPal www-sivut 2017).

## 5.2 Yksityiset yritykset ja sähköiset maksutavat Kiinassa

Yksityisistä yrityksistä ja sähköisistä maksutavoista Alipay on kiistattomasti suosituin maksutapavaihtoehto kiinalaisten kotimaisessa verkkokaupankäynnissä. Vuonna 2015 Alipay vastasi melkein 70% kaikista kiinalaisten tekemistä sähköisistä transaktioista. Suuren suosion Kiinassa saavuttanut Alipay tarjoaa alhaisempia rahansiirtokuluja kuin esimerkiksi länsimaalaisempi PayPal, joka on yksi syy sen suureen suosioon.

Alipayn suurimpia kilpailijoita on Tencent:in kehittämä TenPay jonka teknologia on myös kiinalaisen WhatsApp version, WeChatin oman maksujärjestelmän käytössä. TenPayn markkinaosuus sähköisistä transaktioista vuonna 2015 oli 20% (SAMPi www-sivut).

Vaikka mobiililompakot ja käteisellä maksaminen ovat kiistattomasti suosituimpia maksutapavaihtoehtoja, UnionPay puolestaan dominoi kotimaisia luottokorttimarkkinoita. Yrityksen nykyisestä asiakaskunnasta 99% sijaitsee Kiinassa ja pelkästään tämän ansiosta UnionPayn markkinaosuus globaaleilla maksukorttimarkkinoilla on 43%. Vastaavasti Visa (21%) ja MasterCard (16%) tulevat vielä kaukana perässä.

Yhtenä tärkeänä vaikuttajana UnionPayn massiiviseen suosioon Kiinassa ovat maan aikaisemmat rajoitukset ja lainsäädäntö ulkomaalaisia monikansallisia luottoyrityksiä



kohtaan. Vasta viime vuosien aikana muuttuneet säädökset ovat mahdollistaneet Visan saapumisen Kiinaan (Van Dyke 2017).

Hotels.comin yhteistyössä Ipsosin (Global market and opinion research specialist) kanssa tekemä tutkimus tarjoaa myös mielenkiintoista informaatiota kiinalaisten turistien maksutavoista ulkomailla. Tutkimuksen mukaan matkailijat suosivat UnionPayn kortilla maksamista eniten kaikista mahdollista maksutavoista. Tutkimuksen kyselyyn osallistuneista matkailijoista 66% suosi UnionPay pankkikortilla maksamista, 41% taas käteisellä maksamista ja 38% Visa luottokortilla maksua. Kyselyyn vastanneiden kesken vain 31% suosi Alipay:llä maksamista, joka on yksi suosituimpia maksutapa- vaihtoehtoja Kiinassa (eMarketer www-sivut 2016).

### 5.3 Kiinalaisten maksutapojen käyttöönotto Suomessa

#### 5.3.1 UnionPay International

UnionPayn suunnitelmat globalisoitumisen suhteen ovat luoneet vastaanottavan ilmapiiirin kansainvälisille yrityksille, jotka harkitsevat maksujärjestelmän lisäämistä omaan liiketoimintaansa. Yrityksen internetsivuilla ohjeistetaan ottamaan suoraan yhteyttä puhelimitse tai hakemuslomakkeen avulla maksujärjestelmiä koskevissa asioissa.

## Application form

Name:	
Country / Region:	
Main business:	
Address:	
Website:	
Applicant:	
Phone:	
Available time:	

Kuvio 6. UnionPay Merchant Application lomake (UnionPay www-sivut 2017)

Yritys ei ymmärrettävästi tarjoa tarkempaa tietoa transaktiomaksuista tai muista vastaavista kuluista ja on oletettavaa, että neuvottelut käydään läpi yrityskohtaisesti UnionPayn edustajien kanssa. Yrityksen toimintaverkko kattaa yli 140 maata ja yli 10 miljoona ulkomaalaista yritystä on integroinut UnionPayn maksujärjestelmämahdollisuuden omaan liiketoimintaansa (UnionPay www-sivut 2017).

Vaihtoehtoisesti erilaisia maksuratkaisuja tarjoava Helsingissä sijaitseva Nets yritys lanseerasi UnionPay-palvelut Suomessa vuonna 2006 (Kauppalehti www-sivut 2016). Yrityksen internetsivujen mukaan heidän omalla pohjoismaisella ohjelmistolla varustetulla maksupäätteellään yritykset pystyvät integroimaan UnionPayn tarjoamia maksuvaihtoehtoja omaan liiketoimintaansa (Nets www-sivut 2017).

### 5.3.2 Alipay

Alipay business tarjoaa kolmea eri tyyppistä maksuvaihtoehtoa ulkomaalaisille yrityksille maksujärjestelmien suhteen. Maksujärjestelmät kattavat mobiili, internet ja kauppoissa tapahtuvat transaktiot. Näistä tärkein kiinalaisia turisteja silmällä pitäen on fyysinen kaappoihin integroitu maksutapavaihtoehto.

Itse maksutapahtumat tapahtuvat API:n (Application Programming Interface) avulla. Tämä voi tapahtua sähköisellä viivakoodilla tai QR (Quick Response Code) koodilla, jonka yritys skannaa asiakkaan älypuhelimesta ja veloittaa summan hänen tililtään.

Transaktio tapahtuu reaaliajassa ja veloitettava summa on kiinalaisen valuutan RMB (Renminbi) muodossa. Kun transaktioiden määrä saavuttaa tai ylittää 5000 USD Alipay muuttaa valuutan yrityksen valitsemaan valuuttaan ja siirtää varat yrityksen osoittamalle tilille (Alipay www-sivut 2017).

Kiinalaisten matkailijoiden tuoma rahallinen hyöty yrityksille, jotka operoivat vilkkaalla turistialueella on merkittävä. Tämän vuoksi monet yritykset ovat aloittaneet uusien maksujärjestelmien integroimisen toimintaansa parantaakseen omaa markkina-asemaansa ja kilpailukykyään. Yksi näistä yrityksistä on Los Angelesissa sijaitseva hotelliketju, The Luxe Hotel, joka tulee ottamaan WeChat Payn ja Alipayn käyttöön kahdessa hotellissaan vuoden 2017 lopussa. Uusilla maksuvaihtoehdoilla hotelliketju pyrkii asemoimaan itsensä kiinalaisten matkailijoiden suosimaksi kohteeksi (Martin 2017).

### 5.3.3 WeChat Pay

WeChat Payn tarjoamat maksutapavaihtoehdot vastaavat Alipayn omia maksupalveluja. Asiakas pystyy maksamaan ostoksensa netissä älypuhelinsovelluksen tai QR koodin skannauksella, jolloin veloitettava summa siirtyy asiakkaan tililtä yritykselle. Vastaavasti liikkeissä tapahtuvissa transaktioissa voidaan käyttää POS (Point of Sale) systeemiä, jossa yritys skannaa asiakkaan puhelimessa olevan WeChat maksu QR koodin.



Kuvio 7. Esimerkki QR/Viivakoodin skannauksesta kaupantekohetkellä (Graziani 2017)

Maksujärjestelmän käyttöönottoa varten yrityksen pitää luoda tili jonkin kiinalaisen pankin järjestelmään. Tämä mahdollistaa maksujen veloituksen RMB muodossa, joka voidaan veloituksen jälkeen muuttaa yrityksen suosimaan valuuttaan.

Uuden tilin avaaminen ja hallinnointi voi tapahtua joko maksuagenttien avulla tai itsenäisesti WeChatin kanssa neuvotellun sopimuksen avulla. Tencentin, WeChatin emoyhtiön omien edustajien käyttäminen helpottaa maksujärjestelmän hallintaa, mutta tuo lisäkuluja yrityksille. Lisäkustannuksista huolimatta tämä vaihtoehto on suositeltavaa pienille ja keskisuurille yrityksille.

Tärkeimmät hyödyt edustajien käytöstä ovat nopea, 1-2 viikkoa kestävä käyttöönottoaika, laajemmat maksuvaihtoehdot ja integroiminen muihin kiinalaisiin maksuvaihtoehtoihin sekä edustajien tarjoama maksu API (Application Programming Interface), jonka avulla eri ohjelmat pystyvät kommunikoimaan keskenään. Agenttien lisähinnan lisäksi transaktiomaksut ovat 2-3% luokkaa useimmissa maissa. Edellä mainittu järjestely on selkeästi suosituin ja se soveltuu myös pienemmille yrityksille. Suositellut edustusyritykset eurooppalaisille kauppiaille ovat Adyen ja NihaoPay.

Suuremmille yrityksille voidaan suositella suoraan Tencentin kanssa asioimista. Tässä maksujärjestelmän käyttöönotto voi kestää 2-4 kuukautta, ja on huomioitava myös rajoitukset palautusten ja rahansiirtomäärien suhteen (vähintään 5000 USD). Vastaavasti rahallisesti suurempien transaktioiden avulla yritys pystyy neuvottelemaan paremman sopimuksen kuin edustajia avuksi käyttäen (Graziani 2017).

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 6.1 Tutkimusasetelma

Tutkimusongelma toimii päävaikuttajana tutkimusasetelman kannalta ja ohjaa strategisia valintoja siitä, millä tavalla ja mitä aineistoa tutkimukseen tullaan keräämään. Tutkimusasetelman perusjaottelu voidaan jakaa kolmeen eri kategoriaan. Tutkimus voi olla kartoittava, jossa pyritään selvittämään aiemmin vähän tunnettuja tai tutkittuja ilmiöitä. Olennaista kartoittavalle tutkimukselle on uusien näkökulmien etsiminen, hypoteesien luominen ja kohteen monipuolinen dokumentointi ilman rajoituksia (Saukkonen 2017).

Selittävä tutkimus puolestaan käyttää apunaan erilaisia selitysmalleja joiden avulla etsitään vaikuttajia tiettyjen ilmiöiden, tapahtumien tai tilanteiden taustalla. Selittävä tutkimus pyrkii esimerkiksi osoittamaan kausaalisuhteen tietyn ilmiön ja vaikuttajan välillä.

Kolmas ja viimeinen tutkimusasetelma on kuvaileva tutkimus. Olennaista kyseiselle tutkimukselle on tietyn ilmiön, tilanteen tai tapahtuman kuvaileminen. Kuvaileva tutkimus pyrkii vastamaan kysymyksiin, mitä, millainen ja miten. Tutkimuksen tavoite on lisätä ja tarkentaa jo olemassa olevaa tietoa. Kuvaileva tutkimus soveltuu hyvin käytännön ongelmiin ja niiden ratkaisemiseen uusien toimintamallien muodossa. Tämän vuoksi kuvailevan tutkimusasetelman käyttäminen soveltui parhaiten tämän opinäytetyön tutkimusongelmaa ajatellen (Saukkonen 2017).

## 6.2 Tutkimusote

Tutkimusote voidaan jakaa joko kvantitatiiviseen eli määrälliseen tai kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tavoitteena on kohteen laadun, ominaisuuksien ja merkityksen kokonaisvaltainen ymmärtäminen, kun taas kvantitatiivinen tutkimus perustuu kohteen kuvailemiseen tilastojen ja numeroiden avulla (Jyväskylän yliopiston Koppa www-sivut 2017).

Tutkimusongelman ratkaisun kannalta tilastollinen tiedon keruu merkittävässä mitta-kaavassa kiinalaisten turistien rahankäytöstä, maksutavoista ja yleisestä kuluttajakäyttäytymisestä länsimaalaisissa maissa matkaillessa on erityisen tärkeää. Tämän seurauksena kvantitatiivinen tutkimusote soveltui opinnäytetyöhön parhaiten.

## 6.3 Tutkimuksen perusjoukko ja otanta

Tutkimuksen perusjoukolla tarkoitetaan tutkimuksen kohteen populaatiota, joihin tuloksia voidaan jatkossa yleistää (Tampereen yliopiston Tietoarkisto www-sivut 2017). Opinnäytetyön tutkimuksen perusjoukko ovat kiinalaiset ulkomaan matkailijat, jotka ovat lomailleet tai vierailleet eurooppalaisissa maissa ja erityisesti Suomessa.

Tutkimuksen otantamenetelmänä, joka kuvailee tutkimukseen valittavien yksilöiden valintaprosessia tutkimuksen perusjoukosta, käytettiin harkinnanvaraista näytettä. Harkinnanvaraisessa näytteessä tutkija itse valitsee tutkimuskohteet, alueet, kotitaloudet ja yksilöt omaa harkintaansa avuksi käyttäen. Harkinnanvaraisen näytteen soveltuvuus tutkimukseen pohjautuu erilaisten kontaktien käyttämiseen, jotka pystyivät suorittamaan haastattelut tietyillä turistialueilla. Kyseisillä alueilla, joita käydään myöhemmin aineiston keruusta kerrottavassa kappaleessa läpi, potentiaalisten yksilöiden valinta tapahtui satunnaisesti. (Tilastokeskuksen www-sivut 2017).

#### 6.4 Kysymyslomakkeen suunnittelu

Kysymyslomakkeen tehtävänä on ensisijainen tiedonkeruu, jota yhdessä teoreettisen tiedon kanssa voidaan käyttää tutkimusongelman ratkaisussa. Kysymyslomakkeet keräävät tietoa perusjoukon demografisista piirteistä, ulkomaan matkailukohteista, rahankäytön kohteista ja maksutavoista. Erillisten kysymyslomakkeiden käyttäminen Suomessa sekä muualla Euroopassa vierailevilla turisteilla mahdollisesti suuremman potentiaalisen otoksen saavuttamisen.

Kumpikin kysymyslomake (katso liite 2, katso liite 4) alkaa kymmenellä samalla kysymyksellä, joiden tarkoitus on kartoittaa kiinalaisen ulkomaanmatkailijan profiilia. Tässä vaiheessa kerätään informaatiota vastanneiden sukupuolesta, siviilisäädystä, iästä, koulutuksesta, ammatista ja henkilökohtaisista kuukausiansioista ennen verotusta. Suomessa vierailevilla turisteilla on ylimääräinen kysymys, jossa selvitetään syitä Suomen valintaan kohdemaaksi.

Seuraavat kysymykset keskittyvät rahankäytön kohteiden valintoihin niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa riippuen kyselyyn vastanneiden kohdemaista. Kysymykset kartoittavat myös preferenssejä maksutavoissa, mahdollisia vaikeuksia maksutapojen suhteen ulkomailla matkustaessa sekä uusien maksutapojen hypoteettista vaikutusta rahan kulutukseen. Kysymyslomakkeiden avulla kerättyä tietoa käytetään tutkimusongelman ratkaisemisessa.

#### 6.5 Aineiston keruu

Opinnäytetyön tutkimuksen ajankohdan vuoksi, joka ei sijoittunut vilkkaalle matkailukaudelle, potentiaalisten vastaajien maksimoiminen saavutettiin suorittamalla tutkimuksen aineiston keruu kolmessa eri kohteessa. Kohdemaat olivat Suomi, Mauritius ja Kiina.

Suomessa kysymyslomakkeiden aineiston keruu tapahtui Helsingin alueella, joka on tunnetusti suosituimpia alueita ulkomaanturismin kannalta. Kyseisessä kohteessa

haastattelijat vierailivat suosittujen nähtävyyksien ja tunnetusti vilkkaiden matkailukohteiden läheisyydessä kartoittamassa potentiaalisia kiinalaisia matkailijoita. Matkailijoiden valinta alueella tapahtui satunnaisesti ja kysymyslomakkeeseen vastanneet turistit saivat palkinnoksi suomalaista suklaata. Itse aineiston keruu aloitettiin lähestymällä turisteja, jotka olivat selkeästi aasialaista syntyperää. Tätä seurasi lyhyt keskustelu, jossa haastattelijat kartoittivat turistien kotimaata ja mahdollista kiinnostusta vastata kysymyslomakkeeseen. Aineiston keruussa kunnioitettiin turistien haluttomuutta vastata kyselyyn, eikä heitä painostettu millään tavalla.

Mauritiuksen valinta yhdeksi aineiston keruumaaksi perustui merkittävään kiinalaisten turistien määrään yhdistettynä resursseihin, jotka mahdollistavat aineiston keruun ulkoistamisen. Haastattelu tapahtui Mauritiuksella kahdessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa haastattelijat toimivat samoin kuin Suomessa, eli etsivät potentiaalisia turisteja ja pyysivät heitä vastamaan kysymyslomakkeeseen. Toisessa vaiheessa käytettiin hyväksi paikallista matkatoimistoa, joka jakoi kysymyslomakkeita kiinalaisille turisteille, jotka käyttivät matkatoimiston palveluja hyväkseen.

Kiinan valitseminen tutkimukseen mahdollistaa suuren perusjoukon saavuttamisen, jonka avulla tutkimuksen otannan määrää voidaan maksimoida. Kiinassa useampi kontakti toimi haastattelijana ja alkoi kartoittamaan omaa lähipiiriänsä ja ystäviensä lähipiiriä löytääkseen henkilöitä, jotka ovat matkustaneet länsimaalaisiin maihin. Tämä ketjureaktio mahdollisti suuren otantamäärän saavuttamisen melko pienellä työmäärällä ja haastattelijat pystyivät tavoittamaan suoraa yksilöt, jotka olivat valmiita osallistumaan tutkimukseen.

## 6.6 Aineiston analysointi

Tutkimuksen aineiston löydösten perusteella voidaan luoda toimintamalleja, joiden perusteella suomalaiset yritykset pystyvät tarjoamaan enemmän kiinalaisille turisteille räätälöityjä maksutapoja. Parhaimpina informaationa voidaan pitää Suomessa vierailvilta turisteilta kerättyä ja analysoitua tietoa, jota voidaan soveltaa suoraan suomalaisiin liiketoimintamalleihin.



Voidaan olettaa, että muualla Euroopassa matkustaneiden turistien vaikeudet ja onnistumiset maksutapojen suhteen tarjoavat myös tärkeää informaatiota, jota voidaan soveltaa ja hyödyntää suomalaisten yritysten kohdalla. Vaikka opinnäytetyön kohteena onkin Suomi ja suomalaiset yritykset, eroavaisuudet maksutapojen suhteen ovat melko vähäisiä muiden eurooppalaisten yritysten ja kiinalaisten turistien kanssa käymisessä.

Itse aineiston analysoinnissa kysymyslomakkeista kerättyä tietoa analysoidaan yhteisestä eikä kohdemaittain. Tiedonkeruun avulla pyritään kartoittamaan vanhempien turistien kuluttajakäyttäytymistä ja heidän suosimia maksutapoja sekä nuorempien matkailijoiden preferenssejä, joka puolestaan kertoo mihin suuntaan trendi on kehittymässä. Analysointivaiheessa painotetaan kiinalaisten turistien suosimia maksutapoja, syitä mahdollisten transaktiovaikeuksien taustalla ja potentiaalista kasvua kulutuksessa, jos yritykset olisivat tarjonneet enemmän kiinalaisille turisteille räätälöityjä maksutapoja.

## 6.7 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin tutkimus mittaa sitä mitä sen avulla on ollut tarkoitus selvittää. Onko tutkimuksessa käytetty mittaus- tai tutkimusmenetelmä mitannut tietyn ilmiön tai tapahtuman haluttua ominaisuutta (Hiltunen 2009).

Opinnäytetyön kysymyslomakkeen kääntäminen perusjoukon omalle äidinkielelle sekä heidän henkilökohtainen haastattelemisensa tuo tutkimukselle tarvittavaa validiteettia sekä rajoittaa mahdollisia väärinkäsityksiä kysymyslomakkeissa. Tutkimuksen suorittaminen kolmessa eri kohdemaassa, joissa jokainen haastattelija pystyi tarjoamaan tutkimukseen vastanneille henkilökohtaista apua heidän omalla äidinkielellään, oli erityisen tärkeää luotettavan tiedonkeruun kannalta.

Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen luotettavuutta. Reliabiliteetin saavuttamiseksi tutkimus pitää olla toistettavissa joka mahdollistetaan esimerkiksi erilais-

ten mittausvirheiden minimoimisella (Hiltunen 2009). Tämän vuoksi kysymyslomakkeiden kääntäminen ja henkilökohtainen avustaminen vastanneiden omalla äidinkielellä on erityisen tärkeää tiedon keruun kannalta.

On tärkeää huomioida, että perusjoukko koostuu turisteista, jotka eivät avustuksesta huolimatta välttämättä vastaa totuudenmukaisesti kysymyksiin. Kyselyyn vastanneet voivat olla haluttomia vastaamaan kysymyslomakkeen kysymyksiin. Lomakkeiden henkilökohtaisissa tiedoissa koskien kuukausiansioita tai ammattia, voi olla marginaalista yliarviointia, jonka tavoitteena on antaa parempi kuva omasta sosiaalisesta asemasta.

Tutkimukseen vastanneiden ikäjakauma painottui vahvasti nuoriin opiskelijoihin ja töissä käyviin nuoriin aikuisiin, jotka olivat hyvin koulutettuja. Tämä on tärkeää huomioida tutkimustuloksien yleistämisessä perusjoukkoon. Puutteet vanhemmista matkailijoista, jotka ovat yli 40 vuotiaita (katso kappale 3.3) saattavat vaikuttaa tutkimustuloksiin koskien tämän hetkisten aktiivisten matkailijoiden kuluttajakäyttäytymistä ja suosimia maksutapavaihtoehtoja.

Tutkimuksessa tavoiteltu objektiivisuus ja potentiaalisten mittausvirheiden eliminointi ammattimaisella ja kärsivällisellä haastattelutyylillä tukee tutkimuksen reliabiliteettia. Tutkimuksen rajoituksena on opinnäytetyön aikataulu, joka ei mahdollista suurempaa otantamäärää perusjoukosta. Tämä lisäisi reliabiliteettia sekä mahdollistaisi tulosten yleistämisen perusjoukkoon suuremmassa mittakaavassa.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

### 7.1 Tulosten esittely

Kysymyslomakkeeseen vastanneiden lopullinen lukumäärä oli 50 henkilöä, joka koostui 20 naisesta ja 30 miehestä. Lukumäärällisesti tutkimukseen vastanneita saatiin parhaiten Mauritiukselta matkatoimistoa avuksi käyttäen, sekä Kiinasta haastattelijoiden

kontaktien avulla. Suomessa vastanneiden määrä jäi muihin kohtemaihin verrattuna huomattavasti pienemmäksi.

Taustasyyt huonoon menestykseen Suomessa saadun aineiston keruun kohdalla pohjautuvat kyselyn suorittamisen ajankohtaan, joka ei tapahtunut turistien sesonkiaikana, vaikeuteen kartoittaa kiinalaiset turistit muista Aasian maiden matkailijoista, sekä lukemattomien turistien haluttomuuteen osallistua kyselyyn. On kuitenkin tärkeää pitää mielessä, että kaikkien kiinalaisten turistien vaikeudet ja onnistumiset länsimaalaisten maksujärjestelmien osalta, kun he matkailevat ulkomailla, voidaan soveltaa suomalaisia yrityksiä silmällä pitäen ja luoda uusia toimintamalleja näiden pohjalta.

### 7.1.1 Vastanneiden henkilötiedot

Ikäjakaumaltaan suurin osa vastaajista sijoittuu joko 18-24 vuotiaisiin (23 henkilöä) tai 25-34 vuotiaisiin (17 henkilöä), nämä kaksi ikäryhmää kattoivat 80% kaikista kyselyyn vastanneista turisteista. Seuraavaksi suurin ryhmä oli 35-44 vuotiaat, jotka kattoivat 10% vastanneista. Viimeiset 10% koostuivat alle 18 vuotiaista tai yli 44 vuotiaista matkailijoista.

Taulukko 1. Vastaajien ikäjakauma N=50

	Alle 18v.	18-24v.	25-34v.	35-44v.	45-54v.	55-64v.	Yli 65v.
Yhteensä	2	23	17	5	0	2	1
Osuus %	4%	46%	34%	10%	0%	4%	2%

Siviilisäädyn suhteen selkeästi suurin ryhmä olivat naimattomat, joita oli 54% kysymyslomakkeeseen vastannaista. Naimisissa olevia oli 38% ja heistä yli puolella oli omia lapsia. Matkailijoita, jotka eivät ilmoittaneet siviilisäätään oli neljä kappaletta.

Koulutuksen suhteen 80% vastaajista ilmoitti joko opiskelevansa korkeakoulussa tai jo valmistuneensa sieltä. Tämän lisäksi 10% oli saavuttanut tohtorin tutkinnon ja vastaavasti loput 10% olivat koulutukseltaan lukioon verrattavissa tai alempia. Vastaajat olivat suureksi osaa nuoria ja varsin hyvin koulutettuja.

Ammatikseen 40% vastaajista ilmoitti olevansa opiskelija ja 40% työssä käyviä, loput 20% ilmoittivat olevansa eläkkeellä tai olivat valinneet vaihtoehdon ”Muu vaihtoehto”. Henkilökohtaisten kuukausiansioiden mukaan 40% ansaitsi alle 2000RMB (1RMB = 0.126€), 20% sijoittui 2000-5999RMB ansioluokkaan ja 30% 6000-13999RMB kuukausiansioihin. Loput 10% vastanneista ansaitsivat 14000RMB tai enemmän kuukaudessa.

Taulukko 2. Vastaajien henkilökohtaiset kuukausiansiot N=50

	Alle 2000RMB	2000- 5999RMB	6000- 9999RMB	10000- 13999RMB	14000- 17999RMB	18000 tai enemmän
Yhteensä	20	10	9	6	3	2
Osuus %	40%	20%	18%	12%	6%	4%

Matkailijoista 32% oli kotoisin asukasmäärältään 10 miljoonaa tai suuremmista kaupungeista, 34% asui väestömäärältään 2,5-10 miljoonan asukkaan kaupungeissa ja lopujen 34% matkailijan kotikaupungin asukasmäärä oli 2,5 miljoonaa tai vähemmän.

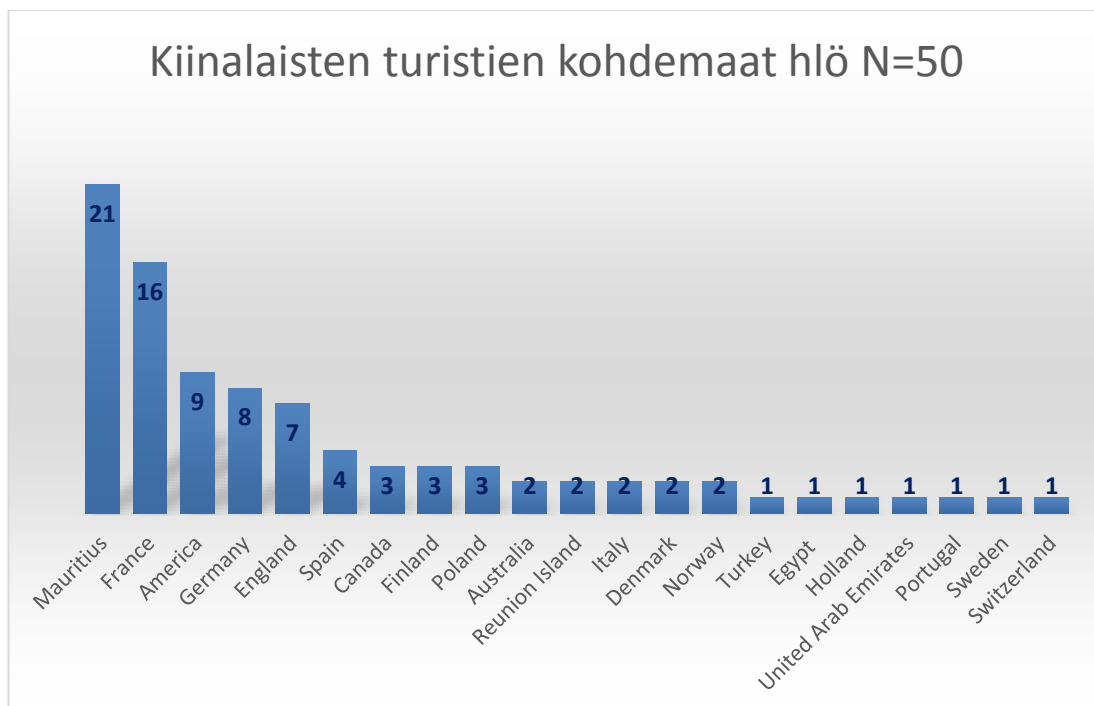
Taulukko 3. Vastaajien kotikaupungin väestönmäärä miljoonissa N=50

	0 – 0,5M	0,5M– 2,5M	2,5M – 5M	5M – 10M	10M – 20M	20M tai enemmän
Yhteensä	6	11	6	11	6	10
Osuus %	12%	22%	12%	22%	12%	20%

### 7.1.2 Kiinalaisten turistien matkailuprofiili.

Kysymyslomakkeeseen vastanneiden matkailijoiden suosituimmat länsimaalaiset kohdemaat olivat Ranska 32%, Amerikka 18%, Saksa 16% ja Englanti 14%.

Hieman yli 50% vastanneista oli matkustanut useampaan kuin yhteen ulkomaiseen lomakohteeseen, kun taas hieman alle puolet oli vierailut vain yhdessä kohteessa kyselyn suorittamisen aikana.

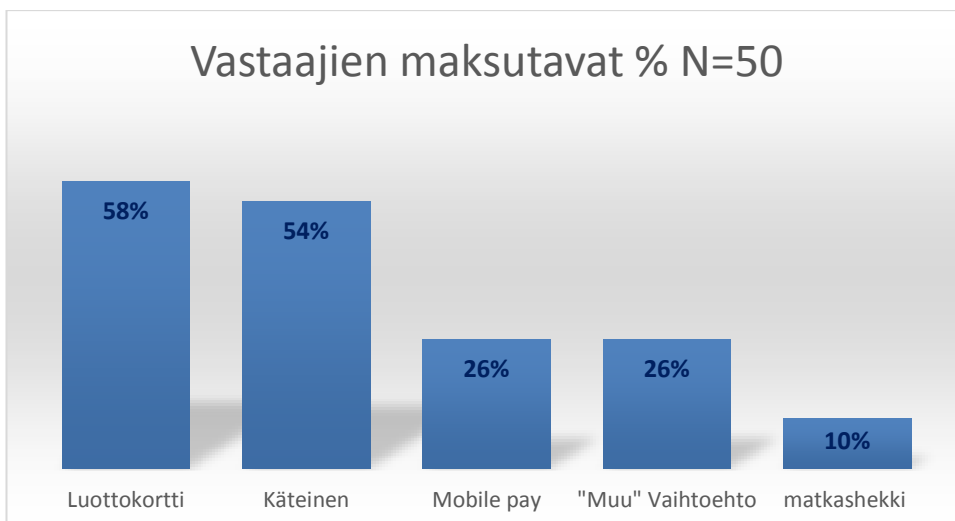


Kuvio 8. Kiinalaisten matkailijoiden kohdemaat hlö

Selkeästi suurin kiinnostuksen kohde ulkomaan matkailun taustalla olivat nähtävyydet, joka löytyi 84% kysymyslomakkeesta. Tämän lisäksi shoppailu ulkomaan matkailun aikana oli tärkeää ajanvietettä 56%:lle vastanneista. Ostosten suhteen 66% matkailijoista osti kotiin tuliaisia, 50% sijoitti rahansa vaatteisiin tai asusteisiin ja 16% osti koruja.

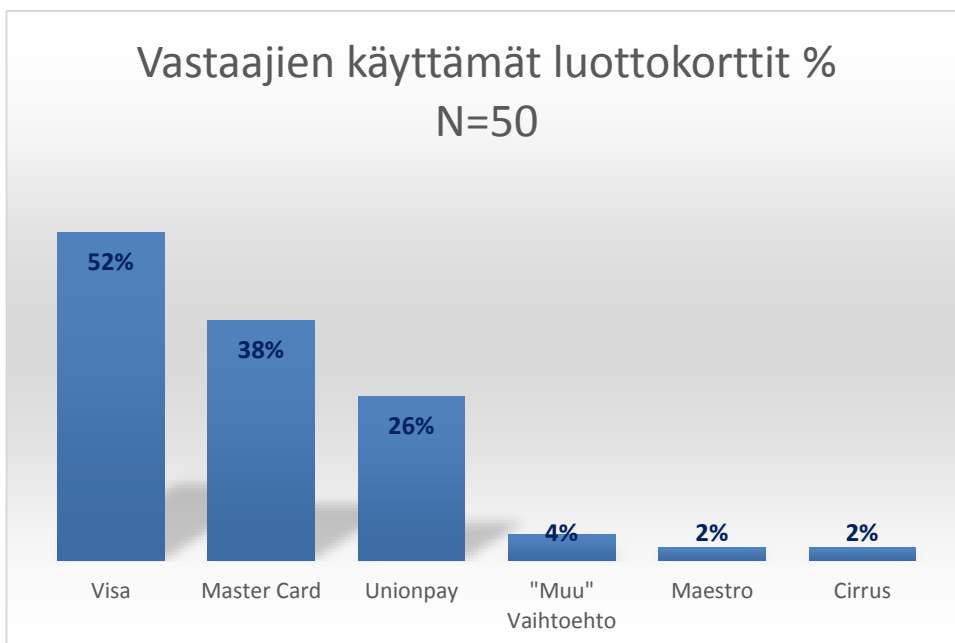
### 7.1.3 Kiinalaisten matkailijoiden maksutavat

Käteinen ja luottokorteilla maksaminen olivat selkeästi kiinalaisten matkailijoiden suosituimpia maksutapoja ulkomailla tehdyissä ostoksissa. Vastanneista 58% turvautui luottokorttiin ja 54% puolestaan käteisellä maksamiseen erilaisissa vaiheissa ulkomailla matkaillessaan. Mobiililompakoita turisteista pystyi käyttämään 26% vastanneista.



Kuvio 9. Vastaajien maksutavat %

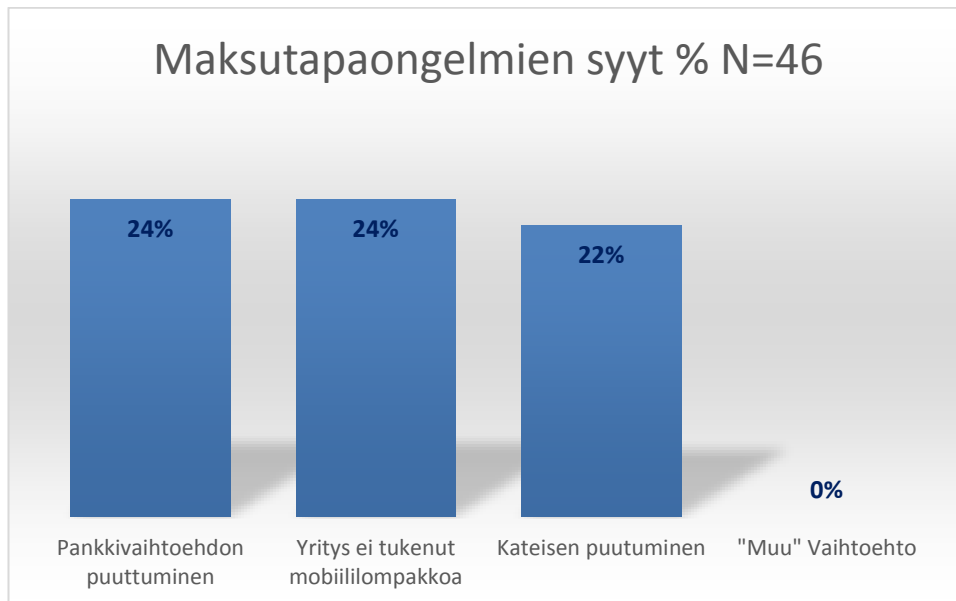
Luottokorttien suhteen Visa oli selkeästi suosituin matkailijoiden keskuudessa 52%:n osuudella, MasterCard sijoittui toiseksi 38%:n osuudella ja UnionPay sijoittui sijalle kolme 26%:n osuudella.



Kuvio 10. Vastaajien käyttämät luottokortit %

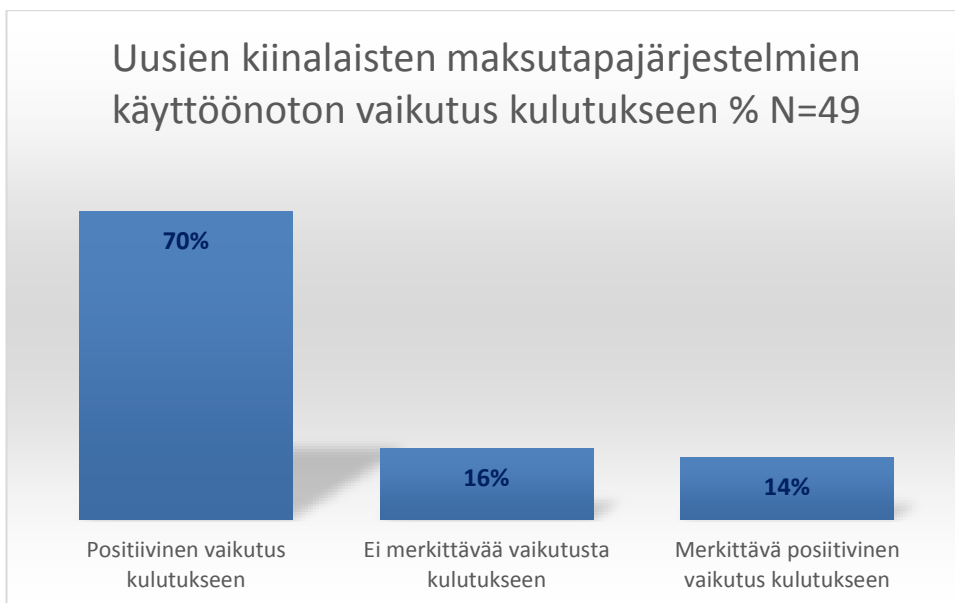
Kaikista matkailijoista 44% ilmoitti, että heillä oli jossain vaiheessa matkaa ollut vaikeuksia maksutapahtumien suhteen. Vastaajien kesken suurimmat vaikeudet olivat oman pankkivaihtoehdon puuttuminen maksujärjestelmistä (24%) tai, että kyseisen

yritys ei tukenut mobiililompakkoa (24%). Käteisen puuttuminen ostohetkellä vastasi 22%:sta maksutavoista aiheutuvista ongelmista.



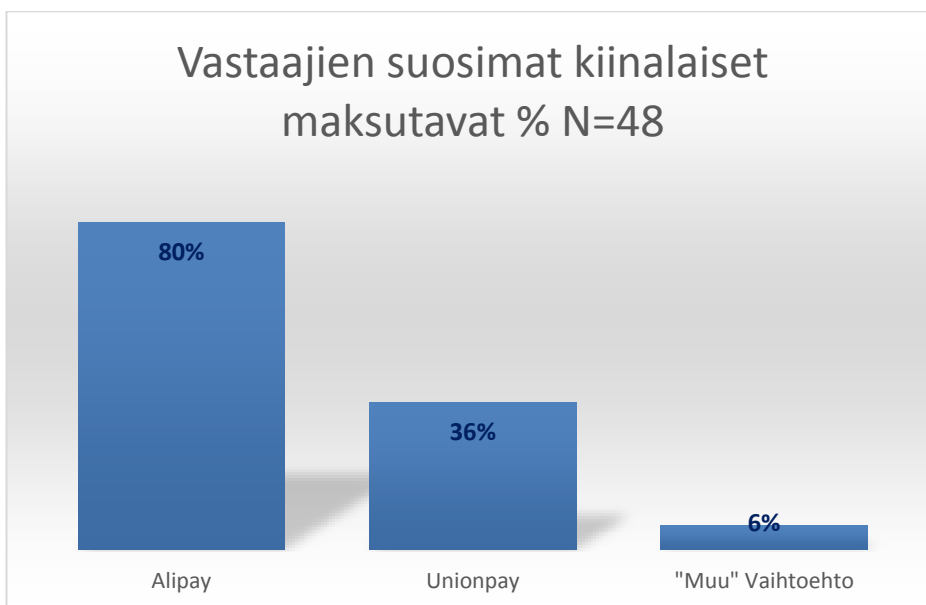
Kuvio 11. Vastaajien maksutapojen ongelmien syyt %

Kysymyslomakkeessa matkailijoita tiedusteltiin, millainen vaikutus heidän kulutukseensa ulkomailla matkaillessa olisi, jos länsimaalaiset yritykset ottaisivat käyttöön turistien kotimaassa käytettyjä kiinalaisia maksutapajärjestelmiä. Vastanneista 70% mielestä kyseisellä uudistuksella olisi positiivinen vaikutus kulutukseen ulkomailla matkaillessa ja 14% sanoi, että vaikutus kulukseen olisi merkittävästi huomattavissa. 16% puolestaan ilmoitti, että kyseisellä uudistuksella ei olisi merkitystä heidän kulutukseensa.



Kuvio 12. Uusien kiinalaisten maksutapajärjestelmien käyttöönoton vaikutus vastaajien kulutukseen %

Tutkimukseen vastanneilta kysyttiin myös heidän omaa preferenssiään siitä, mikä kiinalaisista maksujärjestelmistä länsimaalaisten yritysten tulisi ottaa käyttöön. Suosituimmat maksujärjestelmät kyselyyn vastanneiden kesken olivat Alipay 80% tai Unionpay 36%.



Kuvio 13. Vastaajien suosimat kiinalaiset maksutavat %



## 7.2 Analysointi

Tutkimuksen henkilötietojen pohjalta voidaan todeta, että tutkimuksessa saavutettiin optimaalinen jakauma sukupuolen suhteen. Tutkimukseen osallistui kaiken kaikkiaan 30 naista ja 20 miestä, joka antaa hyvän käsityksen kummankin sukupuolen kuluttajakäyttäytymisestä ja preferensseistä maksutapojen suhteen.

Kysymyslomakkeeseen vastanneiden kesken ikäjakauma on puolestaan painottunut vahvasti opiskelijoihin sekä nuoriin aikuisiin. Heistä saatua tietoa avuksi käyttäen voidaan paremmin ymmärtää tämän hetkistä ja vielä tärkeämmin tulevaisuuden aktiivisten matkailijoiden kuluttajakäyttäytymistä ja heidän suosimiaan maksutapoja. Pitää kuitenkin tiedostaa, että puutteet vanhempien ikäluokkien suhteen voivat vaikuttaa tuloksiin koskien tämänhetkisten matkailijoiden kuluttajakäyttäytymistä ja suosimia maksutapavaihtoehtoja.

Nuorten aikuisten ja opiskelijoiden osallistuminen haastatteluun merkittävässä määrässä näkyy myös vastanneiden henkilökohtaisissa kuukausiansioissa, jonka seurauksena 40% vastanneista ilmoitti ansaitsevansa alle 2000RMB. Vastaavasti tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että töissä käyvien aikuisten kuukausiansioissa on myös merkittäviä eroavaisuuksia. Tutkimukseen osallistujien kesken 20% ilmoitti ansioikseen 2000-5999RMB mikä on selkeästi normaalia keskiluokkaa alhaisempi.

On oletettavaa, että ulkomaan matkailu alhaisista kuukausiansioista huolimatta perustuu pitkäaikaiseen säästämiseen isompaa yhden tai useamman kohdemaan matkaa varten tai budjettimatkailua suuremman ryhmän turvin. Vastanneiden kesken noin 50% ilmoitti vierailleensa useammassa kuin yhdessä länsimaalaisessa kohdemaassa. Suosituimmat kiinnostuksen kohteet matkailun aikana olivat nähtävyydet ja tultuisten ostaminen.

Kiinalaisten matkailijoiden maksutapojen suhteen voidaan todeta, että luottokorttien ja erityisesti käteisen merkittävyys on pysynyt vahvana kiinalaisten turistien keskuudessa. Kaikista vastanneista noin 60% käytti joko luottokorttia, käteistä tai molempia maksutapavaihtoehtoja matkailun aikana. Mahdollisuuksien mukaan noin neljännes onnistui käyttämään mobiililompakoita lomamatkoillaan. Luottokortilla maksamisen

suhteen Visa ja MasterCard olivat selkeät voittajat, kun taas UnionPayllä maksaminen onnistui noin neljänneksellä vastaajista.

UnionPayn alhaisempi suosio länsimaalaisiin kilpailijoihin verrattuna pohjautuu todennäköisesti länsimaalaisten yritysten maksujärjestelmien puutteisiin ja kykyyn hyväksyä kyseistä maksutapaa. Tätä argumenttia tukevat kiinalaisten turistien omat vastaukset kyselyssä, jossa 36% toivoisi länsimaalaisten yritysten ottavan käyttöön UnionPay yhtenä kiinalaisista maksutapavaihtoehdoista. Vastaavasti vaikka vain 26% vastaajista onnistui jossain vaiheessa ulkomaan matkailuaan käyttämään hyväksi kotimaalaisia mobiililompakoitaan 80% vastaajista toivoisi kyseisen maksutavan integroimista länsimaalaisiin yrityksiin.

Tutkimukseen vastanneet tekivät selväksi, että uusien maksutapojen käyttöönotolla tulisi olemaan myös positiivista vaikutusta turistien kulutukseen. Vastanneista 70% ilmoitti, että uusilla maksutavoilla olisi positiivinen vaikutus kulutukseen. Vastaavasti 14% arveli positiivisen vaikutuksen kulutukseen olevan merkittävä, kun taas 16% vastaajan mielestä uudistus ei muuttaisi kulutusta. Tiivistettynä neljä kiinalaista matkailijaa viidestä arveli, että uudet maksutavat lisääisivät kulutusta ulkomaan matkailun aikana.

Uusien maksutapojen kysyntä pohjautuu vahvasti niihin ongelmiin, joita turistit kokiivat maksutapahtumien suhteen ulkomailla matkaillessaan. Vastanneista 44% ilmoitti, että heillä oli ollut jossain vaiheessa matkaa vaikeuksia maksamisen suhteen. Tutkimuksesta selvisi että 26%:n vaikeudet johtuivat oman pankkivaihtoehdon puuttumisesta maksutapavaihtoehdoista. Prosentuaalisesti samalla määrällä turisteista oli vaikeuksia omien mobiililompakoiden käytön suhteen. Käteisen puuttuminen vastasi 22%:sta maksutavoista aiheutuvista ongelmista. Käteisen puuttuminen on rinnastettavissa kiinalaisiin maksutapoihin, jonka avulla kyseiset turistit olisivat pystyneet hyödyntämään kotimaalaisia pankkitilejään.

## 8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Kiinalaisten turistien määrän merkittävä kasvu, joka kaikkien indikaattoreiden mukaan tulee jatkumaan myös tulevaisuudessa, tarjoaa mahdollisuuksia kaikille matkailusektorilla tai siihen rinnastettavilla aloilla toimiville yrityksille. Tämä koskee myös Suomea, jossa kiinalaisten turistien määrä on kasvanut eksponentiaalisesti vuosi vuodelta viimeisen vuosikymmenen aikana. Muihin ulkomaisiin turisteihin verrattuna kiinalaisten matkailijoiden kulutus Suomessa on selvästi korkeampaa, joten on erityisen tärkeää maksimoida heidän rahankäyttöään yritysten omassa liiketoiminnassa.

Eroavaisuudet Kiinan ja länsimaiden välillä ovat merkittäviä ja kiinalaisten kotimaiset maksutavat eivät ole poikkeus. Länsimaat ovat integroineet luottokorttien käyttämisen lähes poikkeuksetta omiin päivittäisiin maksutapahtumiinsa. Kiinassa puolestaan käteisen käyttäminen ja tärkeämmin mobiililomakoiden käyttäminen on suuressa suosiossa. Tämän lisäksi heidän omat pankkijärjestelmänsä ja luottokorttinsa eivät pääosin toimi länsimaisissa maksupäätteissä.

Tutkimuksessa saavutettiin melkein optimaalinen jakauma vastanneiden kesken sukupuolen kannalta. Tutkimukseen vastasi 20 miestä ja 30 naista ja ikäjakauma oli painottunut vahvasti nuoriin opiskelijoihin ja 25-34 vuotiaisiin töissä käyviin aikuisiin. Vastanneista saadun informaation avulla voidaan luoda hyvä yleiskuva siitä, minkälaisia tämän hetkisten ja tulevaisuuden matkailijoiden kuluttajakäyttäminen ja maksutapapreferenssit ovat.

Tutkimuksesta ilmeni, että suurin osa kiinalaisista matkailijoista kokee ongelmia maksutapojen suhteen ulkomailla matkaillessaan. Mahdollisuuksien mukaan matkailijat käyttivät maan omia kiinalaisia maksujärjestelmiä UnionPayn ja mobiililompakoiden muodossa, mutta merkittävä osa toivoisi joko UnionPayn tai AliPayn käyttöönottoa länsimaalaisissa yrityksissä. Vastanneista noin 4/5 uskoi, että uusien maksutapojen lisäämisellä tulisi olemaan positiivinen vaikutus heidän omaan kulutukseensa.

## 9 TOIMINTASUOSITUKSET

Uusien maksutapojen käyttöönottoaminen omassa liiketoiminnassa on täysin yrityskohtaista. On tärkeää kartoittaa oman yrityksen toiminta-alue suhteessa kiinalaisten suosiin matkailukohteisiin ja alueisiin Suomen sisällä. Lyhyesti sanottuna voiko yritys edes hyödyntää potentiaalisia kiinalaisia turisteja suhteessa omaan toiminta-alueeseensa.

On kuitenkin oletettavaa, että jos yritys pohtii kiinalaisten maksutapajärjestelmien käyttöönottoa, kyseisessä yrityksessä vieraillee jo jossain määrässä kiinalaisia turisteja. Tämän seurauksena on tärkeää kartoittaa hyötyjä ja riskejä ennen maksutapojen integroimista yrityksen omaan järjestelmään.

Kannattavuus on kiistattomasti tärkein osa jokaisessa yrityksessä toimialasta riippumatta. Pitää siis tarkemmin miettiä uusien maksutapojen kannattavuutta yrityksen sisällä. Ensin kartoitetaan yrityskohtaisesti uusien maksutapojen lisäämisen tuomia kuluja suhteessa kiinalaisten turistien kysynnän ja kulutuksen potentiaaliseen kasvuun. Onko huomattavissa merkittävää kasvua verrattuna aiempaan kulutukseen ja onko hyöty suhteessa uusiin rasitteisiin ja kuluihin kannattavaa. Liikevaihdoltaan suurempien yritysten on selkeästi helpompaa neuvotella parempi sopimus uusien maksutapavaihtoehtojen tarjoajien kanssa, jonka seurauksena myös hyöty on niille selkeämmin havaittavissa.

Uusien maksutapojen lisäystä ei kuitenkaan pidä tarkastella liian suppeasti pelkästään kannattavuuden kannalta. Uusien maksutapojen lisääminen tuo yrityksellä arvoa myös siinä, että ne erottuvat myönteisesti samalla alalla kilpailevista yrityksistä. Oman markkina-aseman vahvistaminen kiinalaisten turistien keskuudessa on yhtä tärkeä osa kannattavuuden kannalta kuin suora olemassa olevien matkailijoiden kulutuksen lisääminen. Yritykset, jotka tällä hetkellä tarjoavat kiinalaisia maksutapavaihtoehtoja, ovat vielä pienenä vähemmistönä Suomessa. Maksutapojen lisääminen ja niiden selkeä mainostaminen ei ainoastaan lisää olemassa olevien turistien rahankäyttöä, mutta antaa mahdollisuuden myös uusien potentiaalisten matkailijoiden saavuttamiseen. Kii-

nalaisten turistien kasvun oletetaan jatkuvan eksponentiaalisesti tulevina vuosina. Yritykset voivat siis ennakoida kiinalaisten maksutapavaihtoehtojen kasvavaa kysyntää, vaikka nykyinen kiinalaisten matkailijoiden rahallinen hyöty omassa liiketoiminnassa onkin vielä suhteellisen pientä.

Maksutapojen suhteen ei ole olemassa yhtenäistä toimintamallia, joka toimisi jokaisessa yrityksessä sen toimialasta ja koosta riippumatta. Tämän seurauksena erilaisten yritysten tulisi kartoittaa maksutapojen kannattavuus ja hyöty suhteessa omaan liiketoimintamalliinsa ja tavoitteisiinsa. Tutkimuksesta saatujen tietojen pohjalta kysyntä uusille maksutapajärjestelmille on kiistatonta kiinalaisten matkailijoiden keskuudessa.

## 10 LOPPUSANAT

Opinnäytetyön aiheen valinnan jälkeen itse kirjoittaminen sujui suhteellisen hyvin melko tiukasta aikataulusta huolimatta. Opinnäytetyöhön oli varattu kolmen kuukauden ajan jakso vuoden 2017 syksystä vuoden loppuun, mutta tutkimuksen suorittaminen odotetusti venytti prosessia vuoden 2018 tammikuuhun saakka.

Itse prosessi oli opettavainen, koska aiheenvalinnan pohjalta pystyin hyvin käyttämään koulussa, vaihto-opiskelussa ja aiemmissa työsuhteissa käytettyä tietoa hyödykseni. Omasta mielestäni opinnäytetyön aihe on myös ajankohtainen ja toivottavasti pystyn käyttämään teoriasta ja tutkimuksesta saatua tietoa tulevaisuudessa hyväkseni.

Isojen projektien kuten opinnäytetöiden ja tutkimuksen kirjoittaminen ja suorittaminen luovat hyvän pohjan itsenäiselle työskentelylle ja kriittiselle ajattelulle, joka on tärkeää jokaiselle seuraavaksi työelämään astuvalle nuorelle aikuiselle.

Opinnäytetyössä on myös parantamisen varaa ja mahdollisessa jatkotutkimuksessa itse tutkimuksen otanta pitäisi olla merkittävästi suurempi, jonka seurauksena saatua tietoa voitaisiin yleistää paremmin kaikkiin kiinalaisiin turisteihin. Mahdollisesti tarkempi spesifisointi tutkimuksen aiheen osalta esimerkiksi rinnastettuna kohdeyritykseen tai esimerkkiyritykseen tietyllä alalla auttaisi suuresti toimintamallien luomisessa.

## LÄHTEET

- Alipay www-sivut 2017. Viitattu 24.9.2017. <https://global.alipay.com/>
- Central Intelligence Agency www-sivut. 2017. Viitattu 1.9.2017. <https://www.cia.gov>
- Chinese Tourists Agency www-sivut. 2016. Viitattu 9.9.2017. <http://chinesetourist-agency.com/>
- Ecommerce Worldwide www-sivut. Viitattu 11.9.2017. <https://www.ecommerceworldwide.com/>
- eMarketer www-sivut. 2016. Viitattu 15.9.2017. <https://www.emarketer.com/>
- Fercility. 2017. The History of China – Over 3,000 Years of Civilization. Viitattu 1.9.2017. <https://www.chinahighlights.com>
- Graziani, T. 2017. How to set up WeChat Pay? A Simple Guide. Viitattu 26.9.2017. <https://walkthechat.com/>
- Griffiths, J. 2016. How the Cultural Revolution changed China forever. Viitattu 1.9.2017. <http://edition.cnn.com>
- Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän Yliopisto Graduryhmä 18.2.2009. Viitattu 5.11.2017. [http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius\\_ja\\_reliabiliteetti.pdf](http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf)
- InterNations www-sivut. Viitattu 10.9.2017. <https://www.internations.org/>
- Jyväskylän yliopiston Koppa www-sivut. 2017. Viitattu 4.11.2017. <https://koppa.jyu.fi/>
- Kauppalehti www-sivut. 2016. Viitattu 22.9.2017. <https://www.kauppalehti.fi/>
- Martin, H. 2017. Los Angeles hotel chain to accept Chinese mobile payment options to serve tourism boom. Viitattu 25.9.2017. <http://www.latimes.com/hp-2/>
- Nets www-sivut. 2017. Viitattu 23.9.2017. <https://shop.nets.eu/fin>
- PayPal www-sivut. 2017. Viitattu 11.9.2017. <https://www.paypal.com/fi/home>
- Rakotonahary, Fanomezantsoa & Nasolomampionona. 2014. Profile of Chinese Outbound Tourists: Characteristics and Expenditures. Nanjing, China. American Journal of Tourism Management 2014, 3(1): 17:31. Viitattu 9.9.2017. <http://article.sapub.org/pdf/10.5923.j.tourism.20140301.03.pdf>
- SAMPi www-sivut. 2016. Viitattu 12.9.2017. <http://sampi.co/>
- Saukkonen, P. 2017. Tutkielmanteon tukisivut. Viitattu 4.11.2017. <http://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusasetelma.html>

Suomen Ulkoministeriön www-sivut. 2016. Viitattu 3.9.2017. <http://formin.fi/Public/default.aspx?>

Tampereen yliopiston Tietoarkisto www-sivut. 2017. Viitattu 5.11.2017. <http://www.fsd.uta.fi/fi/>

Tilastokeskuksen www-sivut. 2017. Viitattu 8.12.2017. <http://www.stat.fi>

Travel China Guide www-sivut. 2017. Viitattu 3.9.2017. <https://www.travelchina-guide.com>.

UnionPay www-sivut. 2017. Viitattu 20.9.2017. <http://www.unionpayintl.com/en/>

Van Dyke, D. 2017. Visa challenges UnionPay in China. Viitattu 13.9.2017. <http://nordic.businessinsider.com/>

Visit Finland Rudolf tilastopalvelu majoitustilastot 2008-2016. Viitattu 3.9.2017. [http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland\\_\\_Majoitustilastot/020\\_matk\\_tau\\_312.px/table/tableViewLayout1/?rxid=8e50cd65-f5c5-4467-9dc7-d4ce10931f32](http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/020_matk_tau_312.px/table/tableViewLayout1/?rxid=8e50cd65-f5c5-4467-9dc7-d4ce10931f32)

Visit Finland www-sivut. 2016. Viitattu 5.9.2017. <http://www.visitfinland.fi/>

Wang, M. 2016. Chinese travellers changing international tourism market. Viitattu 10.9.2017. <http://english.gov.cn/>



## APPENDIX 1: SURVEY QUESTIONNAIRE

FOR CHINESE TOURISTS IN FINLAND

Page 1

Dear Participant,

This questionnaire aims at describing the profile of Chinese tourists in Finland or other European countries, their spending habits and their methods of payment.

The findings will be used:

- (i) for reference and documentation
- (ii) as part of an undergraduate research.

Rest assured that all answers will be treated with strict confidentiality and that no names are requested.

For open-ended questions, you may answer in the language of your preference: English or Chinese.

Thanking you for your time in filling in the questionnaire.

Niilo Luukkonen

## 调查问卷

# 中国游客在芬兰

第1页：

亲爱的参与者，

这份调查问卷旨在描述中国游客在芬兰或在其他的欧洲国家，他们的消费习惯和付款方式。

该研究成果将用于：

- ( i ) 用于参考和文档
- ( ii ) 作为本科研究的一部分。

请放心，所有的答案将被严格保密，不要求写任何个人信息

对于开放式问题，您可以使用您偏好的语言来回答：英文或中文都可以填写。

感谢您填写问卷的时间。

## Survey: Chinese outbound travelers preferred payment methods and spending habits in Finland

### 1. Gender:

A) Male

B) Female

### 2. Age:

A) Under 18

E) 45-54

B) 18 – 24

F) 55-64

C) 25 – 34

G) 65 or over

D) 35 – 44

### 3. Marital status:

A) Single

B) Married without children

C) Married with children

D) Other

### 4. Education:

A) Primary or below

B) Middle school

C) High school

D) College/University

E) Master/Ph.D

**5.Occupation:**

- A) Student (You do not work)
- B) Employed (You work)
- C) Retired
- D) Other: \_\_\_\_\_

**6.If you are employed, what is your occupation?**

---

**7.What is the population size of your home city/town?**

- A) 0 – 500,000
- B) 500,000 – 2,5 M.
- C) 2,5 M. – 5 M.
- D) 5 M. – 10 M.
- E) 10 M. – 20 M.
- F) 20 million or more

**8.Monthly Income (your individual income before taxes):**

- A Below 2,000 RMB
- B) 2,000 – 5,999 RMB
- C) 6,000 – 9,999 RMB
- D) 10,000 – 13,999 RMB
- E) 14,000 – 17,999 RMB
- F) 18,000 or above

**9. Have you travelled abroad to other western countries (Europe, USA, Australia)?**

A) No

B) Yes

**10. If the answer to the previous question was B) Yes, which western countries have you visited?**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

6. \_\_\_\_\_

**11. Why did you choose Finland as destination? (You can choose several alternatives)**

A) A friend told me about Finland

B) My tour operator in China proposed Finland

C) It was a package tour with other northern countries

D) Safety of the country

E) Travel costs (air ticket not expensive)

F) Other reason? \_\_\_\_\_

**12. What are the things of interest to you in Finland ( 1 = the most important, 2 = the 2nd most important etc.)?**

- A) Sightseeing
- B) Shopping
- C) Gaming/Gambling
- D) Other: \_\_\_\_\_

**13. What did you buy in Finland (you can choose several alternatives)?**

- A) Souvenirs
- B) Jewelry
- C) Clothes
- D) Accessories (Bags, etc.)
- E) Perfume
- F) Gadgets
- G) Something else: \_\_\_\_\_

**14. Which payment method did you use (you can choose several alternatives)?**

- A) Cash
- B) Travellers' Cheques
- C) Credit/Debit Card
- D) Mobile Pay (Name)
- E) Other:

**15.If you used credit/debit card, which card was it (you can choose several alternatives)?**

- A) Master
- B) Visa
- C) Cirrus
- D) Maestro
- E) UnionPay
- F) Other, what: \_\_\_\_\_

**16.If you used mobile pay, which one was it (you can choose several alternatives)?**

- A) Alipay
- B) WeChat Pay
- C) TenPay
- D) Other, what: \_\_\_\_\_

**17.Did you have any difficulties in making your payments?**

- A) No
- B) Yes

**18.If the answer to the previous question was B) Yes, what kind of difficulties you had in payments?**

- A) Not enough cash
- B) Could not use my bank option  
(UnionPay, AliPay or another Asian bank system that the business/company did not have)
- C) Mobile pay was not supported
- D) Other: \_\_\_\_\_

**19.If Finland offered more Chinese payment methods would you spend more money while travelling**

- A) No effect
- B) Slight positive effect on spending
- C) Significant positive effect on spending

**20.What Chinese payment methods would you prefer to use:**

- A) UnionPay
- B) AliPay
- C) Other (Specify) \_\_\_\_\_

**21.Do you have difficulty with the language in Finland?**

- A) No
- B) Yes, why? \_\_\_\_\_

**22. Are you traveling with a Guide?**

- A) Yes
- B) No

THANK YOU



## 调查：芬兰出境旅游者首选的支付方式和消费习惯

### 1.性别：

A) 男士

B) 女士

### 2.年龄：

A) 18以下

E) 45-54

B) 18 – 24

F) 55-64

C) 25 – 34

G) 65 岁以上

D) 35 – 44

### 3.婚姻状况：

A) 单身

B) 结婚没有孩子

C) 结婚有孩子

D) 其他的

### 4.教育：

A) 小学

B) 中学

C) 高中

D) 大学

E) 硕士/ 博士

**5.工作情况：**

A) 学生（没有工作）

B) 职员（有工作）

C) 退休

D) 其他的 \_\_\_\_\_

**6. 如果你是职员，请填写你的职业？**

\_\_\_\_\_

**7. 你的家乡或你的城市的人口是多少？**

A) 0 – 500,000

B) 500,000 – 2,5百万.

C) 2,5 milj. – 5 百万

D) 5 milj. – 10百万

E) 10milj – 20百万

F) 20 百万以上

**8.月收入：（个人税前）**

A 2,000 RMB以下

B) 2,000 – 5,999 RMB

C) 6,000 – 9,999 RMB

D) 10,000 – 13,999 RMB

E) 14,000 – 17,999 RMB

F) 18,000 以上



13.你在芬兰买了最多是什么？（你可以选择几种选择）

- A) 纪念品
- B) 珠宝
- C) 服装
- D) 配饰(包, 等等.)
- E) 香水
- F) 电器
- G) 其他的: \_\_\_\_\_

14. 您使用哪一种付款方式？（你可以选择几种选择）

- A) 现金
- B) 旅行支票
- C) 银行卡（银行卡名称）
- D) 手机支付(名字)
- E) 支付宝/贝宝
- F) 其他的 \_\_\_\_\_

15. 如果你用信用卡，你用哪一个？（你可以选择几种选择）

1. 万事达卡（MasterCard）
2. VISA卡
3. 顺利卡Cirrus
4. Maestro
5. Unionpay
6. 其他方式： \_\_\_\_\_

**16.如果你使用手机支付，你用哪一个？（你可以选择几种选择）**

1. 支付宝
2. 微信支付
3. 财付通
4. 其他的 \_\_\_\_\_

**17. 你在付款方面有困难吗？**

- A) 不是                      B) 是

**18. 如果回答的问题B) 是的，那你有什么困难付款？**

- A 现金不足
- B 没有我的银行选项  
(银联，支付宝或其他亚洲银行体系的业务/公司没有)
- C 不支手机支付
- D 其他的：\_\_\_\_\_

**19.如果在芬兰的商店提供了更多/更好的中国的付款方式，你会花更多的钱，而旅行**

- A) 没有效果
- B) 对支出有轻微积极影响
- C) 对支出有显著的积极影响

**20.你会希望芬兰商店有什么中国付款方式：**

- A) 银联
- B) 支付宝
- C) 其他的：\_\_\_\_\_

21你在芬兰的语言有困难吗??

A) 不是

B) 是,为什么? \_\_\_\_\_

22. 你是带导游旅行吗?

A) 是            B) 不是

谢谢您

## APPENDIX A: SURVEY QUESTIONNAIRE

FOR CHINESE TOURISTS IN EUROPEAN COUNTRIES

Page 1

Dear Participant,

This questionnaire aims at describing the profile of Chinese tourists in Finland or other European countries, their spending habits and their methods of payment.

The findings will be used:

- (i) for reference and documentation
- (ii) as part of an undergraduate research.

Rest assured that all answers will be treated with strict confidentiality and that no names are requested.

For open-ended questions, you may answer in the language of your preference: English or Chinese.

Thanking you for your time in filling in the questionnaire.

Niilo Luukkonen

## 调查问卷

### 中国游客在欧洲国家

第1页：

亲爱的参与者，

这份调查问卷旨在描述中国游客在芬兰或在其他的欧洲国家，他们的消费习惯和付款方式。

该研究成果将用于：

- (i) 用于参考和文档
- (ii) 作为本科研究的一部分。

请放心，所有的答案将被严格保密，不要求写任何个人信息

对于开放式问题，您可以使用您偏好的语言来回答：英文或中文都可以填写。

感谢您填写问卷的时间。



## Survey: Chinese outbound travelers preferred payment methods and spending habits in Europe

### 1. Gender:

A) Male

B) Female

### 2. Age:

A) Under 18

E) 45-54

B) 18 – 24

F) 55-64

C) 25 – 34

G) 65 or over

D) 35 – 44

### 3. Marital status:

A) Single

B) Married without children

C) Married with children

D) Other

### 4. Education:

A) Primary or below

B) Middle school

C) High school

D) College/University

E) Master/Ph.D

**5.Occupation:**

- A) Student (You do not work)
- B) Employed (You work)
- C) Retired
- D) Other: \_\_\_\_\_

**6.If you are employed, what is your occupation?**

---

**7.What is the population size of your home city/town?**

- A) 0 – 500,000
- B) 500,000 – 2,5 M.
- C) 2,5 M. – 5 M.
- D) 5 M. – 10 M.
- E) 10 M. – 20 M.
- F) 20 million or more

**8.Monthly Income (your individual income before taxes):**

- A Below 2,000 RMB
- B) 2,000 – 5,999 RMB
- C) 6,000 – 9,999 RMB
- D) 10,000 – 13,999 RMB
- E) 14,000 – 17,999 RMB
- F) 18,000 or above



**13. Which payment method did you use (you can choose several alternatives)?**

- A) Cash
- B) Travellers' Cheques
- C) Credit/Debit Card
- D) Mobile Pay (Name)
- E) Other:

**14.If you used credit/debit card, which card was it (you can choose several alternatives)?**

- A) Master
- B) Visa
- C) Cirrus
- D) Maestro
- E) UnionPay
- F) Other, what: \_\_\_\_\_

**15.If you used mobile pay, which one was it (you can choose several alternatives)?**

- A) Alipay
- B) WeChat Pay
- C) TenPay
- D) Other, what: \_\_\_\_\_

**16.Did you have any difficulties in making your payments?**

- A) No
- B) Yes

**17.If the answer to the previous question was B) Yes, what kind of difficulties you had in payments?**

A) Not enough cash

B) Could not use my bank option

(UnionPay, AliPay or another Asian bank system that the business/company did not have)

C) Mobile pay was not supported

D) Other: \_\_\_\_\_

**18.If Finland offered more Chinese payment methods would you spend more money while travelling**

A) No effect

B) Slight positive effect on spending

C) Significant positive effect on spending

**19.What Chinese payment methods would you prefer to use:**

A) UnionPay

B) AliPay

C) Other (Specify) \_\_\_\_\_

**20. Are you traveling with a Guide?**

A) Yes

B) No

THANK YOU

## 调查：中国出境旅客首选欧洲的付款方式和消费习惯

### 1.性别：

A) 男士

B) 女士

### 2.年龄：

A) 18 以下

E) 45-54

B) 18 – 24

F) 55-64

C) 25 – 34

G) 65 岁以上

D) 35 – 44

### 3.婚姻状况：

A) 单身

B) 结婚没有孩子

C) 结婚有孩子

D) 其他的

### 4.教育：

A) 小学

B) 中学

C) 高中

D) 大学

E) 硕士/ 博士

**5.工作情况：**

A) 学生（没有工作）

B) 职员（有工作）

C) 退休

D) 其他的 \_\_\_\_\_

**6. 如果你是职员，请填写你的职业？**

\_\_\_\_\_

**7. 你的家乡或你的城市的人口是多少？**

A) 0 – 500,000

B) 500,000 – 2,5百万.

C) 2,5 milj. – 5 百万

D) 5 milj. – 10百万

E) 10milj – 20百万

F) 20 百万以上

**8.月收入：（个人税前）**

A 2,000 RMB以下

B) 2,000 – 5,999 RMB

C) 6,000 – 9,999 RMB

D) 10,000 – 13,999 RMB

E) 14,000 – 17,999 RMB

F) 18,000 以上





G) 其他的: \_\_\_\_\_

**13. 您使用哪一种付款方式？（你可以选择几种选择）**

A) 现金

B) 旅行支票

C) 银行卡（银行卡名称）

D) 手机支付(名字)

E) 支付宝/贝宝

F) 其他的 \_\_\_\_\_

**14. 如果你用信用卡，你用哪一个？（你可以选择几种选择）**

1. 万事达卡（MasterCard）

2. VISA卡

3. 顺利卡Cirrus

4. Maestro

5. Unionpay

6. 其他方式： \_\_\_\_\_

**15. 如果你使用手机支付，你用哪一个？（你可以选择几种选择）**

1. 支付宝

2. 微信支付

3. 财付通

4. 其他的 \_\_\_\_\_

**16. 你在付款方面有困难吗？**

A) 不是

B) 是

**17. 如果回答的问题B) 是的, 那你有什么困难付款?**

A 现金不足

B 没有我的银行选项

(银联, 支付宝或其他 亚洲银行体系的业务/公司没有)

C 不支手机支付

D 其他的: \_\_\_\_\_

**18. 如果在芬兰的商店 提供了更多/更好的中国的付款方式, 你会花更多的钱, 而旅行**

A) 没有效果

B) 对支出有轻微积极影响

C) 对支出有显著的积极影响

**19. 你会希望芬兰商店有什么中国付款方式 :**

A) 银联

B) 支付宝

C) 其他的 : \_\_\_\_\_

**20. 你是带导游旅行吗?**

A) 是

B) 不是

**谢谢您**