

Таиланд: умножение возможностей

– Насколько велик, с вашей точки зрения, вклад Украины в формирование въездного потока в Таиланд? повлияет ли резкое (почти трехкратное) увеличение количества кресел на авиарейсах из Украины в Таиланд на доступность таиландского турпродукта для украинских туристов?

– На международном туристическом рынке Таиланд – мегапопулярное направление, и с каждым годом количество иностранных туристов растет. Так, в 2012 г. страну посетило более 22 млн. человек, что почти на 16% больше, чем в 2011. Больше всего путешественников приезжает в Таиланд из Китая. В 2012 г. их число достигло 2.8 млн, что на 62% больше, чем в предыдущем. На фоне таких цифр даже трехкратное увеличение количества туристов из Украины на расстановку сил не повлияет и в целом ощутимого влияния на общий поток не окажет.

Но очень хочется надеяться, что намечающаяся здоровая конкуренция в авиаперевозках приведет к снижению цены на туры в Таиланд. Ведь стоимость перелета занимает львиную долю в цене тура.

– Не столкнутся ли украинские туроператоры с нехваткой номеров на таиландских курортах? Особенно в пиковые периоды?

– Действительно, спрос на популярные отели в пиковые периоды зачастую превосходит предложение. Однако крупные украинские туроператоры, с которыми мы сотрудничаем, решают эту проблему путем приобретения гарантированных блоков мест в отелях в пиковые периоды.

– В мире Таиланд считается одним из ведущих направлений не только пляжного, но и шопинг-туризма. Насколько такие услуги могут пользоваться спро-

сом среди украинских туристов?

– Согласно последнему рейтингу MasterCard Global Destination Cities Index, оценивающему города по количеству иностранных гостей и объемам их расходов во время пребывания в них, Бангкок с большим отрывом занял 1-е место, обогнав Сингапур, Лондон, Париж и Нью-Йорк. В целом это не удивительно – потратить деньги здесь есть на что.

Тем не менее, по сравнению с лидерами в этой сфере – ОАЭ, Турцией, Китаем, европейскими столицами моды, Таиланд – не Мекка для шопоголиков. Здесь такой досуг более уместно рассматривать как качественное дополнение к другим вариантам времяпрепровождения.

– Хотелось бы упомянуть и услуги медицинского туризма, который с каждым годом становится в мире все популярнее...

– В отношении медицинского туризма, пожалуй, существует небольшая путаница в терминах. Сейчас более уместно говорить об оздоровительных программах. Помимо традиционных спа-услуг, которые можно получить в отелях, в салонах или даже просто на пляже, есть специализированные курорты, предлагающие широкий спектр программ: антистресс, снижение веса, укрепление иммунитета и т.п. Такие программы, разработанные специалистами, включают в себя сеансы медитаций, занятия йогой, тренировки по фитнесу, различные виды массажей, индивидуально разработанную диету и т. д. Среди самых известных резортов можно назвать Chiva-Som в Хуа



Наталья ДОВГА, директор по маркетингу SAYAMA Travel Group (Таиланд)



Хине, Kamalaya и Absolute Sanctuary на острове Самуи.

– Каковы перспективы развития в Таиланде других направлений туризма, не связанного непосредственно с пляжным отдыхом?

– В последнее время в стране активно развиваются такие туристические направления как: творческий туризм и тур-реализм, экстремальный туризм, в особенности, горный туризм и дайвинг, экотуризм, и т. д. Туристическое управление Таиланда совместно с местными властями прилагает огромные усилия для развития и привлечения внимания к новым маршрутам и новым возможностям. Страна развивается, раскрывается ее огромный потенциал, растут ее возможности для приема туристов.

– Как вы оцениваете настоящее и будущее украинского туристического рынка?

– С Украиной мы работаем уже почти 10 лет, с самых первых прямых рейсов «АэроСвита» в Бангкок. На наших глазах рынок развивался, эволюционировал, и мы с удовольствием отмечаем, насколько более профессиональными стали украинские туроператоры, насколько более осведомленными и искушенными стали туристы. Мы расцениваем рынок Украины как один из наиболее перспективных среди стран СНГ.

Беседу вела Ольга ЖДАНОВА