

Таиланд – по-прежнему популярен!

— Несмотря на общее уменьшение выездных турпотоков из Украины, Таиланд как туристическое направление по-прежнему популярен у наших граждан. Пожалуйста, поделитесь итогами первой половины 2014 года касательно посещения Таиланда нашими согражданами.

— Популярность Таиланда среди иностранцев в последние годы существенно возросла, он давно является круглогодичным направлением и входит в число топовых туристических направлений. Количество иностранцев, посещающих Таиланд в качестве туристов и не только, растет из года в год.

К сожалению, политические волнения в государстве в конце 2013 — начале 2014 года сказались на данной тенденции. Число иностранных туристов в начале нынешнего года, в сравнении с аналогичным периодом прошлых лет, сократилось. Причем турпоток уменьшился не только из Украины, где сыграли роль свои неблагоприятные факторы, но и из других стран. В первом квартале 2014 года количество прибывших в Таиланд туристов снизилось в общем на 5,85% в годовом исчислении (до 6,6 млн человек), а доходы от туристической отрасли — на 4,02% (до 311 млрд батов).

Однако уже к апрелю посещение королевства иностранцами стало расти.

— Традиционно украинцы отправляются в Таиланд, покупая операторский тур у одного из турагентов. Однако сейчас туристов и агентов появилась альтернативная возможность оформить тур — воспользоваться набирающими популярность системами онлайн-бронирования. Насколько данная схема актуальна в отношении Таиланда? Имеются ли какие-то инструменты,

позволяющие агенту осуществлять онлайн-подбор и заказ туристических услуг непосредственно у провайдеров?

Системы онлайн-бронирования туристического контента (ОТА), например, ресурсы booking.com, agoda.com и им подобные, предусматривают бронирование лишь базовых туристических услуг: отель + перелет + аренда автомобиля. В данном случае нет возможности оформить составной тур и обеспечить полноценное наземное обслуживание (встречу в а/п, трансферы, услуги и сопровождение гида и т.д.). Многим самостоятельным туристам это и не нужно, но все же для полноценного отдыха большинство отдыхающих, особенно семьи с детьми, выбирают из всего разнообразия готовые пакеты от туристических агентств в интересующих регионах.

Что касается финансовой стороны вопроса, то зачастую отправляющие турагенты и операторы предлагают пакеты более привлекательной стоимости за счет более низких цен на блочные авиабилеты. И в конечном итоге пакет ОТА оказывается дороже, чем агентский пакет с полным наземным сопровождением.

Другое дело — онлайн-ресурсы принимающих туристических операторов в Таиланде (например, система онлайн-бронирования SAYAMA Travel: www.sayamatravel.com/ob). Подобные ресурсы обычно закрыты и используются только туристическими агентами и операторами. Тут дело обставлено профессионально: агенты могут сами комбинировать туры, причем разные по сложности, отслеживать наличие мест и акций в отелях, добавлять в пакет любые наземные сервисы, а также производить мгновенное бронирование, оплату заказа, быструю подготовку документов (ваучеров, счетов) и

контроль личного кабинета. Кроме прочего, указанные ресурсы зачастую предлагают привлекательные системы премирования агентов, накопления бонусов и различные способы их использования.

Таким образом, даже маленькие агентства получают возможность самостоятельно формировать туры и бронировать их напрямую у поставщиков. А при возникновении любых вопросов на них быстро ответит онлайн-консультант системы.

— Дает ли это возможность агентам расширить номенклатуру их предложений? Если да, приведите, пожалуйста, примеры.

— Агенты получают возможность сразу же в присутствии клиентов забронировать полноценный тур, предоставить им счет, произвести оплату и распечатать туристический ваучер. Номенклатура предложений остается приблизительно той же. Все дело в удобстве, скорости (моментальный расчет тура, его бронирование и подтверждение) и выгоде для компании и менеджера (бонусы, баллы и т.д.).

Важным преимуществом является также возможность получать самые актуальные акции и специальные предложения поставщиков услуг (отелей, авиакомпаний). При составлении тура для клиентов менеджер турагентства сможет в первую очередь отсортировать акционные отели, далее те, которые можно подтвердить моментально, и таким образом сформировать наиболее выгодный пакет. ■



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