

## Отчет о деятельности ГБУ «ИТЦ» за 2011 год

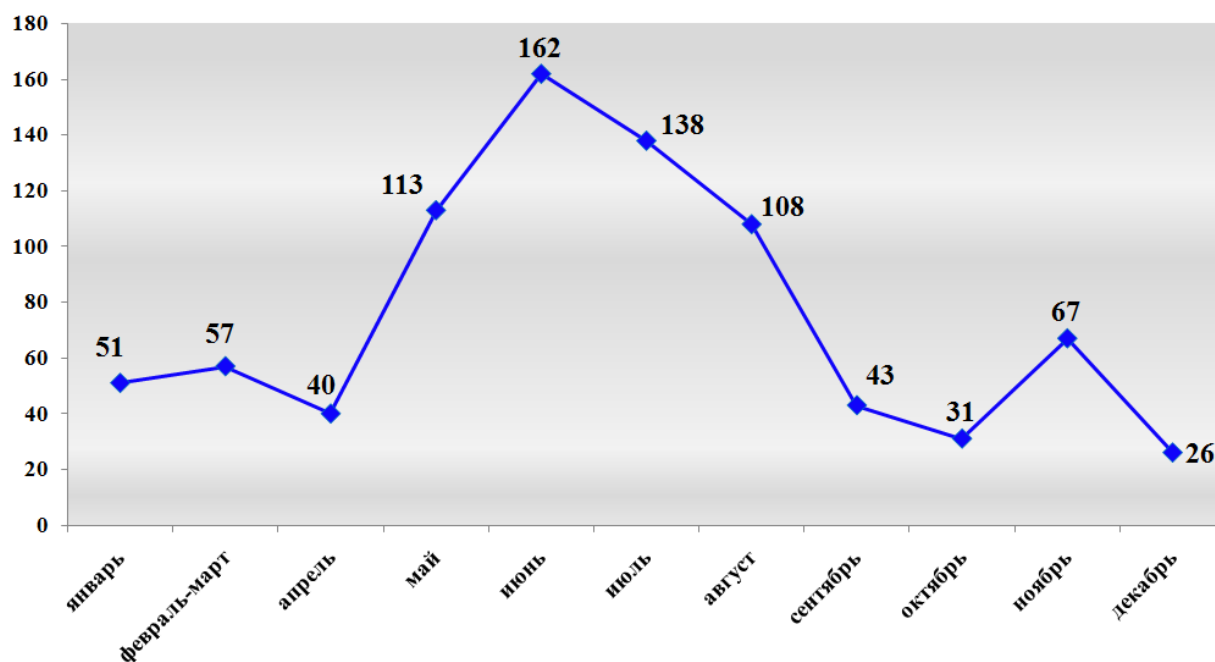
Информационный туристский центр (далее - ИТЦ) начал свою деятельность в сентябре 2010 года. С этого момента наблюдается положительная динамика роста количества обращений. Так, в сентябре и октябре 2010 года в ИТЦ было зарегистрировано всего 5 обращений, в то время как в 2011 году обращений было 43.

Всего в 2011 году в ИТЦ было зарегистрировано более 800 обращений<sup>1</sup> (Таб. 1), которые включают в себя 2215 обслуженных туристов.

Таб. 1. Количество обращений в ИТЦ

|                                |             |            |
|--------------------------------|-------------|------------|
| <b>Всего обратились в ИТЦ:</b> |             | <b>836</b> |
| в том числе:                   | лично       | 639        |
|                                | по телефону | 173        |
|                                | по e-mail   | 24         |

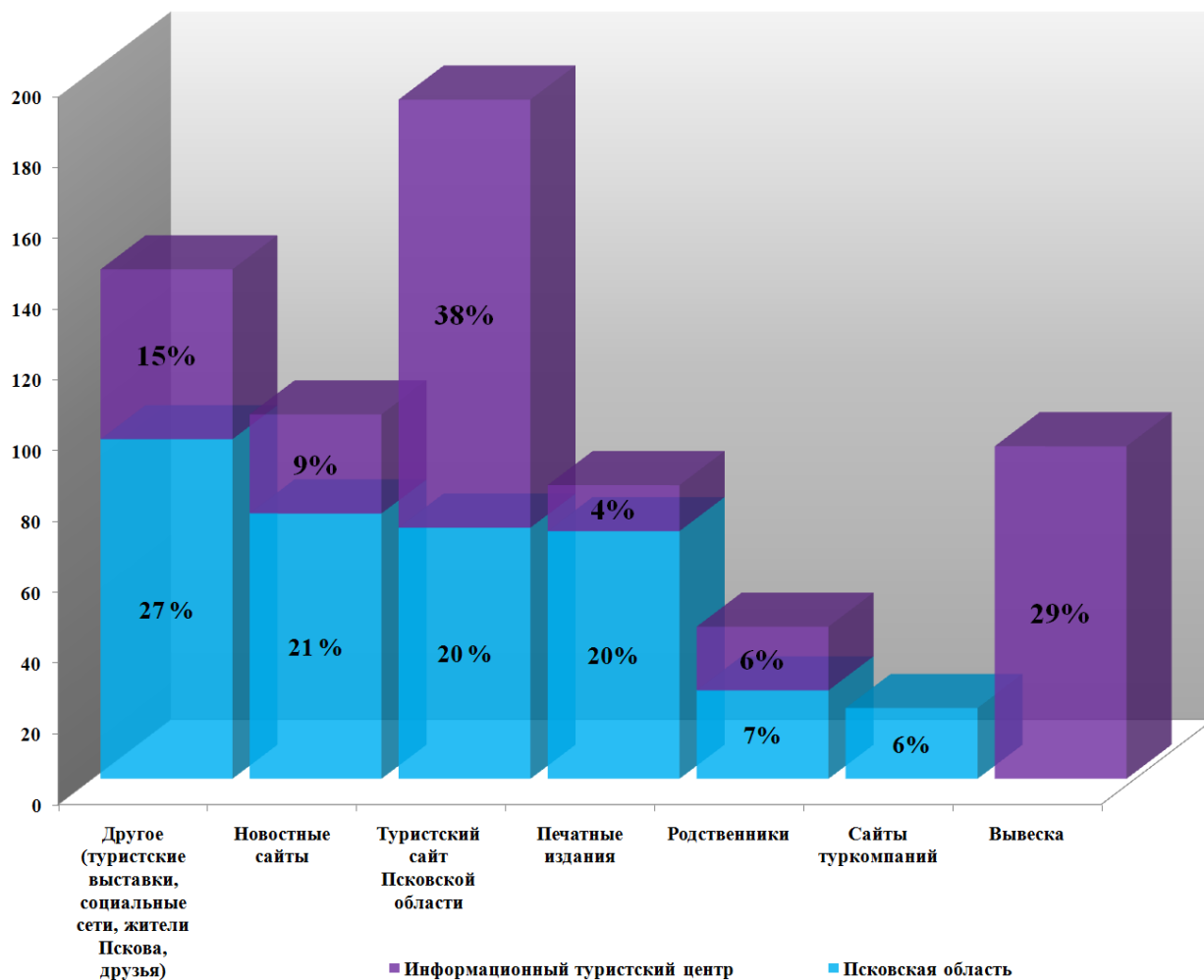
Рассматривая динамику турпотока за год, можно отметить его сезонность. На графике 1 проиллюстрировано увеличение турпотока с началом сезона (май – 113 обращений) и его резкое уменьшение с окончанием сезона (сентябрь – 43 обращения). Декабрь как и в прошлом, 2010 году, остается без внимания туристов, всего 26 обращений (в 2010 году - 27).



Граф. 1. Динамика обращений

<sup>1</sup> Количество обращений следует отличать от количества туристов.

Для того чтобы произвести оценку эффективности принимаемых мер по продвижению Псковской области на рынке туруслуг, работники ИТЦ проводят анкетирование туристов, одной из целей которого является выявление главного источника информации о Псковской области и о самом ИТЦ (Граф. 2).

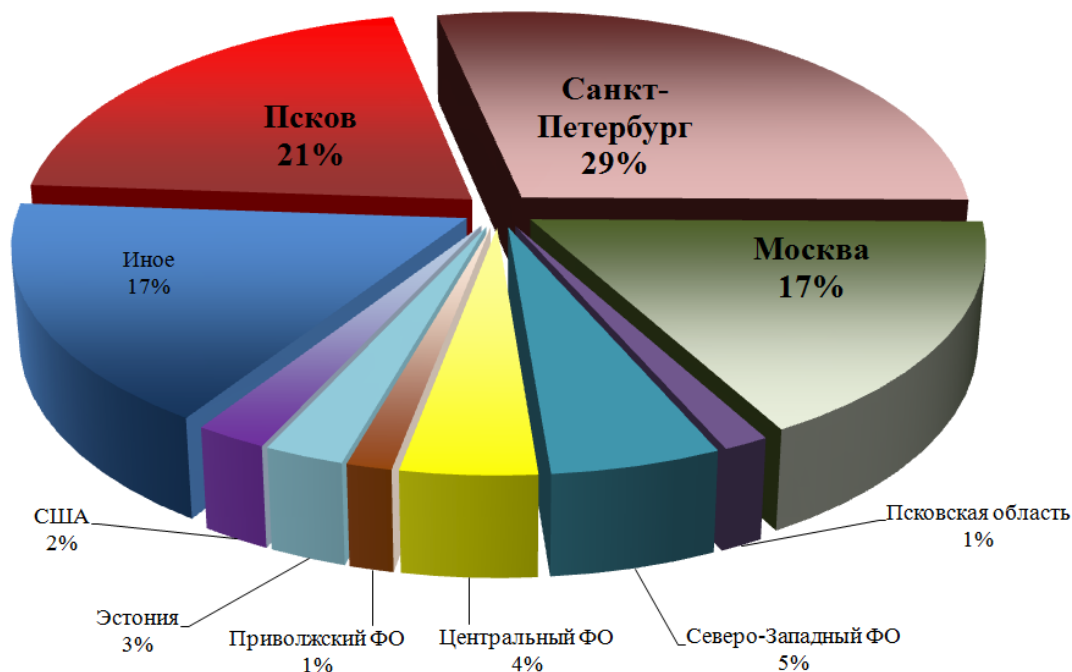


Граф. 2. Откуда Вы узнали о Псковской области / ИТЦ?

Из графика следует, что продвижение Псковской области одинаково эффективно по всем действующим направлениям. Вполне закономерно, что среди посетителей ИТЦ небольшая доля тех, кто узнал о Псковской области из сайтов туркомпаний.

Совершенно иначе выглядит график ИТЦ. Очевидно, что среди прочих источников информации, лидирует туристский сайт Псковской области и непосредственно вывеска ИТЦ. Для увеличения турпотока в инфоцентр, необходимо распространение визуальной информации о нем в городском пространстве.

Оценивая распределение турпотока по регионам отправки, следует отметить, что лидерство сохраняют за собой Санкт-Петербург, Псков и Москва (Граф. 3).

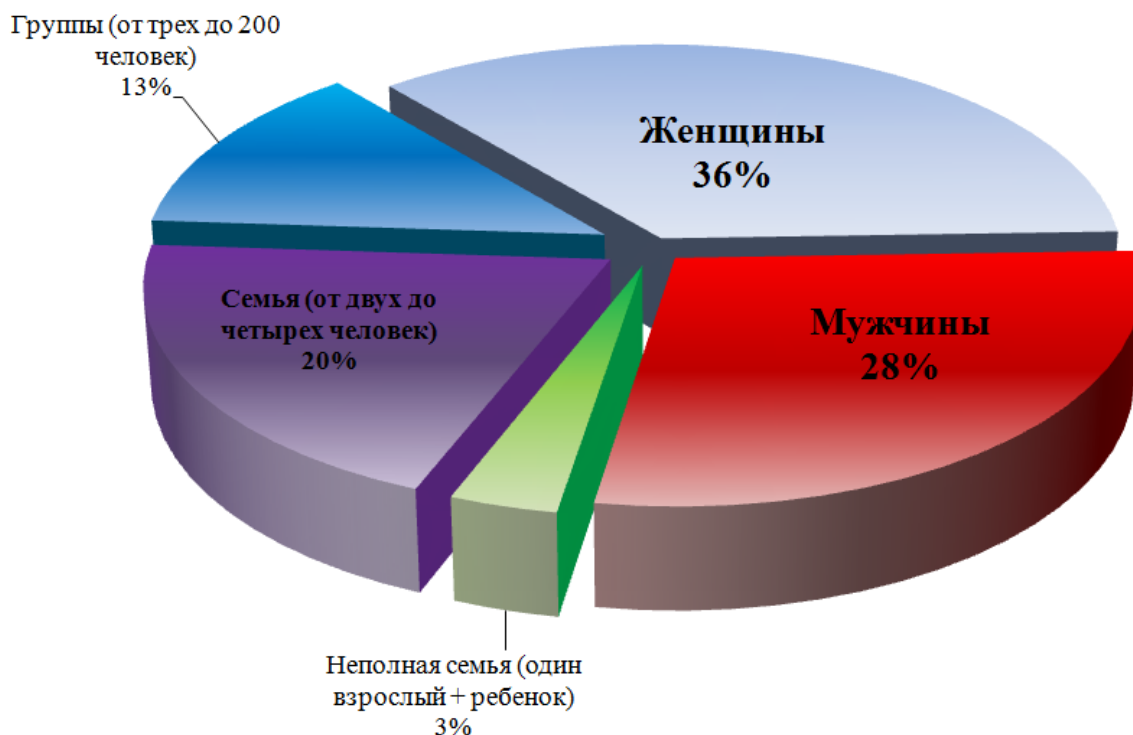


Граф. 3 Распределение турпотока по регионам отправки

Туристов из иностранных государств крайне мало, также мало обращений из Псковской области и отдаленных регионов Российской Федерации.

Основными потребителями услуг ИТЦ являются активные мужчины и женщины, путешествующие небольшими компаниями (два – три человека) либо поодиночке (Граф. 4). Предпочтений по использованию какого-то определенного вида транспорта для путешествия у них нет (по данному показателю турпоток распределяется примерно поровну на тех, у кого есть личный автомобиль и на тех, кто использует общественный транспорт).

Организованные большие группы туристов реже обращаются в инфоцентр, поскольку существует проблема разрозненности оплаты за услуги, предоставляемые предприятиями туристической индустрии (гостиницы, экскурсионные бюро, предприятия питания), что доставляет неудобство при планировании бюджета поездки.



Граф. 4. Структура турпотока

Распределение спроса на услуги ИТЦ выглядит таким образом, что наибольшие доли занимают услуги по информированию туристов о достопримечательностях региона, предоставление карт города и информационных печатных материалов (Граф. 5).



Граф. 5. Спрос на услуги ИТЦ

В основном это разовые услуги (заказ экскурсий, бронирование). Спроса на комплексное туристическое обслуживание практически нет.

Таким образом, можно выделить основные итоги прошедшего года:

1. Определена целевая аудитория ИТЦ – петербуржцы и москвичи, путешествующие парами или небольшими дружескими группами.
2. Определен основной канал распространения информации об ИТЦ – вывеска и туристский сайт.
3. Определены периоды наименьшей и наибольшей активности туристов, что дает возможность правильного распределения мероприятий по продвижению и привлечению турпотоков в регион.
4. Подтвержден интерес псковичей к услугам ИТЦ. Следовательно, ИТЦ работает как местное информагентство и может стать популярным областным источником информации.
5. За год было подписано пять соглашений о сотрудничестве с Калужской, Свердловской, Волгоградской, Витебской областями. С информационными туристскими центрами городов Санкт-Петербурга и Новгорода.
6. В целях продвижения были созданы страницы ИТЦ и Псковской области в популярных социальных сетях, суммарное количество подписчиков на которые достигает тысячи человек.