

**Отчет о деятельности ГБУ «Информационный туристский центр»  
за I полугодие 2011 года**

С начала 2011 года в информационном туристском центре (далее - ИТЦ) зарегистрировано 423 обращения\*. В виду того, что в первом квартале 2011 года в ИТЦ не было возможности подключения телекоммуникационных услуг, большинство обращений зарегистрировано при непосредственном присутствии туриста (или группы туристов) в офисе ИТЦ (около 80%). Доля тех, кто обратился по телефону, не превышает 20%, а по электронной почте услугами ИТЦ воспользовались 11 туристов (Таб.1).

Таб. 1. Количество обращений в ГБУ «ИТЦ»

<b>Общее количество обращений</b>		<b>423</b>
в том числе:	лично	328
	по телефону	84
	по e-mail	11

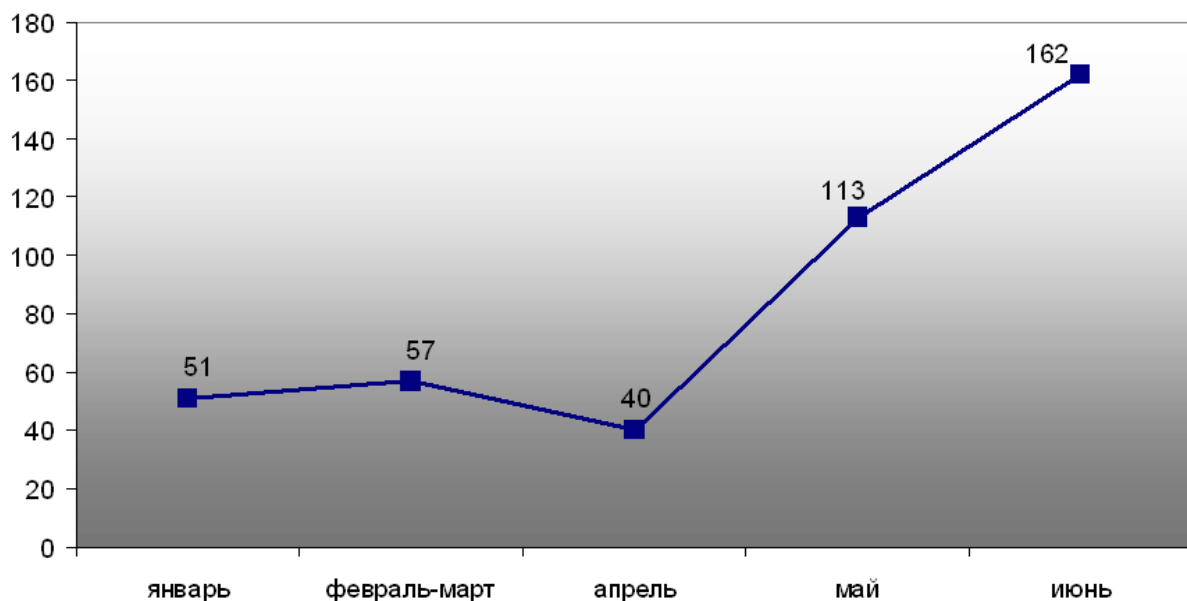
Первое полугодие характеризуется двумя принципиальными чертами:

- наличие «мертвых месяцев», когда туристская активность максимально снижена (январь, февраль, март);
- переходный период к началу высокого сезона (апрель, май, июнь).

Эти черты хорошо видны на графике динамики обращений туристов в ИТЦ: показатели первого квартала практически остаются на одном уровне, в то время как во втором квартале, начиная с середины апреля, количество обращений значительно увеличивается. Показатели июня и января отличаются более чем в три раза (Граф. 1)

---

\* Количество обращений следует отличать от количества туристов. Подсчет туристов нецелесообразен, поскольку этот показатель не отражает эффективности работы ИТЦ (за один раз может обратиться от одного до двухсот туристов).

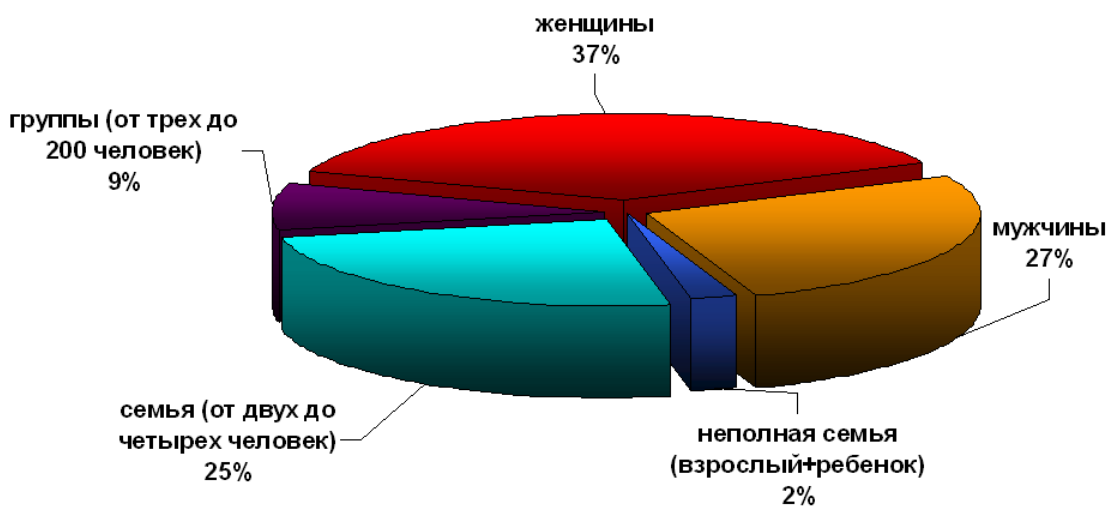


Граф.1 Динамика обращений

Рассматривая структуру турпотока в рамках ИТЦ, можно сделать следующие выводы:

- Наименьший интерес ИТЦ вызывает у больших групп туристов (от трех до 200 человек). Это связано, прежде всего, с тем, что ИТЦ не выполняет функций туроператоров – здесь нельзя приобрести и оплатить полный турпакет, а разрозненность оплаты за услуги, предоставляемые различными организациями, с которыми помогает взаимодействовать ИТЦ (гостиницы, экскурсионные бюро, предприятия питания), доставляет неудобство при планировании бюджета поездки. Также, опираясь на данные исследований Института регионального развития, следует отметить, что за первое полугодие доля организованных туров в Псковскую область составляет не более 5 % от общего объема. Доля организованных групп в ИТЦ составляет 9%, следовательно, показатели ИТЦ вполне реально отражают ситуацию турпотока в целом.

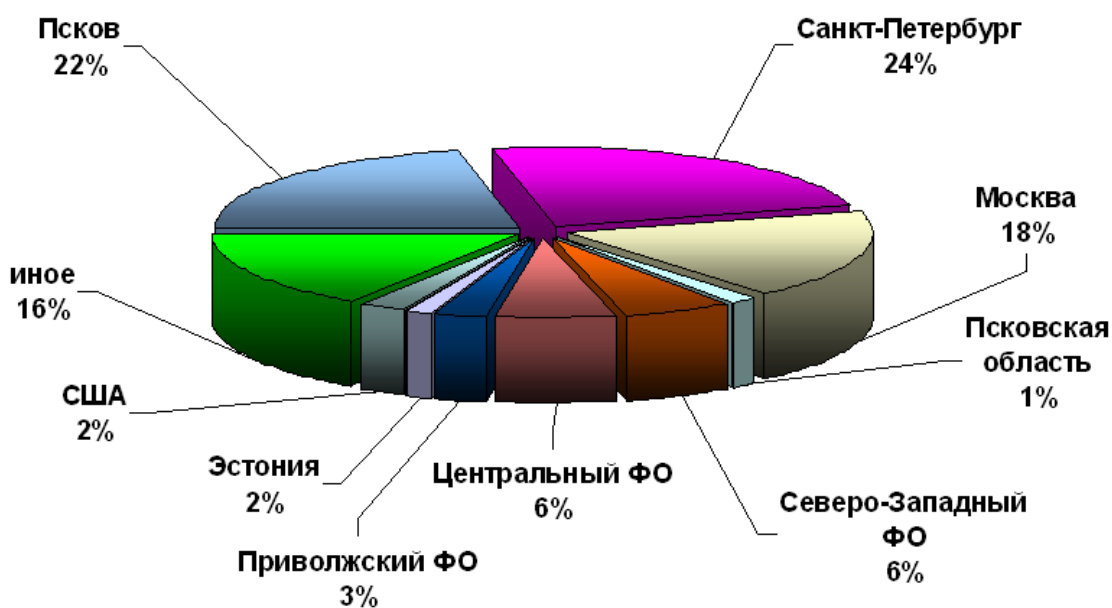
- Основными потребителями услуг ИТЦ являются индивидуальные туристы, пары (подруги, друзья) и семьи. Комбинация «взрослый + ребенок» среди посетителей ИТЦ встречается крайне редко (Граф.2).



Граф.2 Структура турпотока

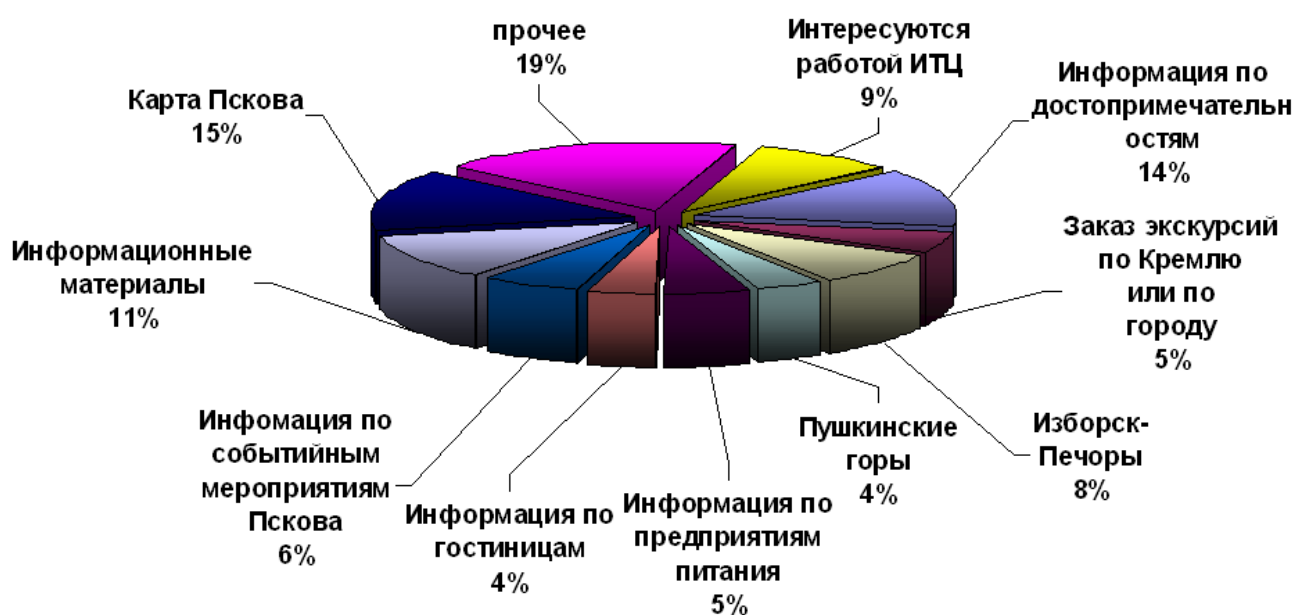
Оценивая распределение посетителей по региону отправки, следует отметить, что ИТЦ одинаково необходим не только туристам, но и жителям Пскова (Граф.3). Поскольку в Пскове все еще существует дефицит информации о регионе, о событийных мероприятиях и инфраструктуре туризма.

Количество обращений жителей зарубежных стран в ИТЦ увеличилось во втором квартале, но все еще остается на минимальном уровне.



Граф. 3. Распределение посетителей ИТЦ по региону отправки

Оценивая распределение спроса на услуги ИТЦ, можно отметить, что наибольшей популярностью пользуются услуги по предоставлению карты города, информации по достопримечательностям и предоставления информационных материалов о городе и регионе в целом (Граф.4). Основные жалобы туристов заключаются в отсутствии карты города и области в районе железнодорожного и автобусного вокзалов, а также нехватки комплексной информации об инфраструктуре туризма (гостиницы, транспорт, предприятия питания).



Граф. 4. Спрос на услуги ИТЦ

Для обеспечения продвижения Псковской области в информационном пространстве в первом полугодии 2011 года ИТЦ вел активную работу по следующим направлениям:

- ИТЦ очно участвовал в трех выставках международного уровня в Москве: Intourmarket, MITT, MITF;
- Были созданы страницы ИТЦ и Псковской области в социальных сетях: Вконтакте, Twitter, Facebook, где ведется ежедневное обновление и наполнение информации о событийных мероприятиях в регионе;
- Проводились информационные туры для журналистов и представителей турбизнеса;

- Ведется информационное наполнение на туристском сайте Псковской области;
- Подписаны соглашения о сотрудничестве с тремя регионами: Санкт – Петербург, Свердловская область, Калужская область. Предложения о сотрудничестве разосланы в 15 регионов страны, а также в информационный центр города Пярну (Эстония);
- ИТЦ лично взаимодействует с журналистами различных изданий, а также самостоятельно готовит материалы для публикаций и буклетов.

Таким образом, наблюдается положительная динамика в сторону увеличения числа обращений туристов в ИТЦ. Данный рост вызван, прежде всего, работой сотрудников по продвижению информации об учреждении на выставках, в средствах массовой информации и сети Интернет. На основании вышеизложенного можно сделать прогноз, что во II полугодии 2011 года количество обращений туристов в ИТЦ достигнет восьмисот.