

## Отчет о деятельности ГБУ ПО «ИТЦ» за 2014 год

Государственное бюджетное учреждение Псковской области «Информационный туристский центр» работает с октября 2010 года. В 2014 году было зарегистрировано 1736 обращений, что на 10,6% больше, чем в 2013 году. Таким образом, можно сделать вывод, что политика продвижения ГБУ ПО «ИТЦ» ведется в правильном направлении и способствует увеличению востребованности деятельности учреждения.

Таблица 1. Количество обращений в ИТЦ

Всего зарегистрировано обращений		За год	Первое полугодие	Второе полугодие
		1736	775	961
в том числе:	лично	1320	575	745
	по телефону	182	77	105
	e-mail	76	51	25
	онлайн-консультант	121	48	73
	соцсети	37	24	13

По соотношению способа обращения за услугами ИТЦ, по-прежнему лидирует личное присутствие в офисе. Стоит отметить увеличение количества обращений через онлайн-консультант на туристском сайте Псковской области, которое превосходит количество обращений по электронной почте. Наименее популярны обращения в социальных сетях.

По сравнению с прошлым годом турпоток 2014 года имеет более сглаженный вид – нет скачкообразных переходов, однако наблюдается ярко выраженный высокий сезон с мая по август, где турпоток достигает максимальных значений. (Рис.1).

Главным источником информации об информационном туристском центре для тех, кто лично обратился в офис, остается вывеска учреждения. Для тех, кто обращался по электронной почте или по телефону, источником информации послужил туристический сайт Псковской области.

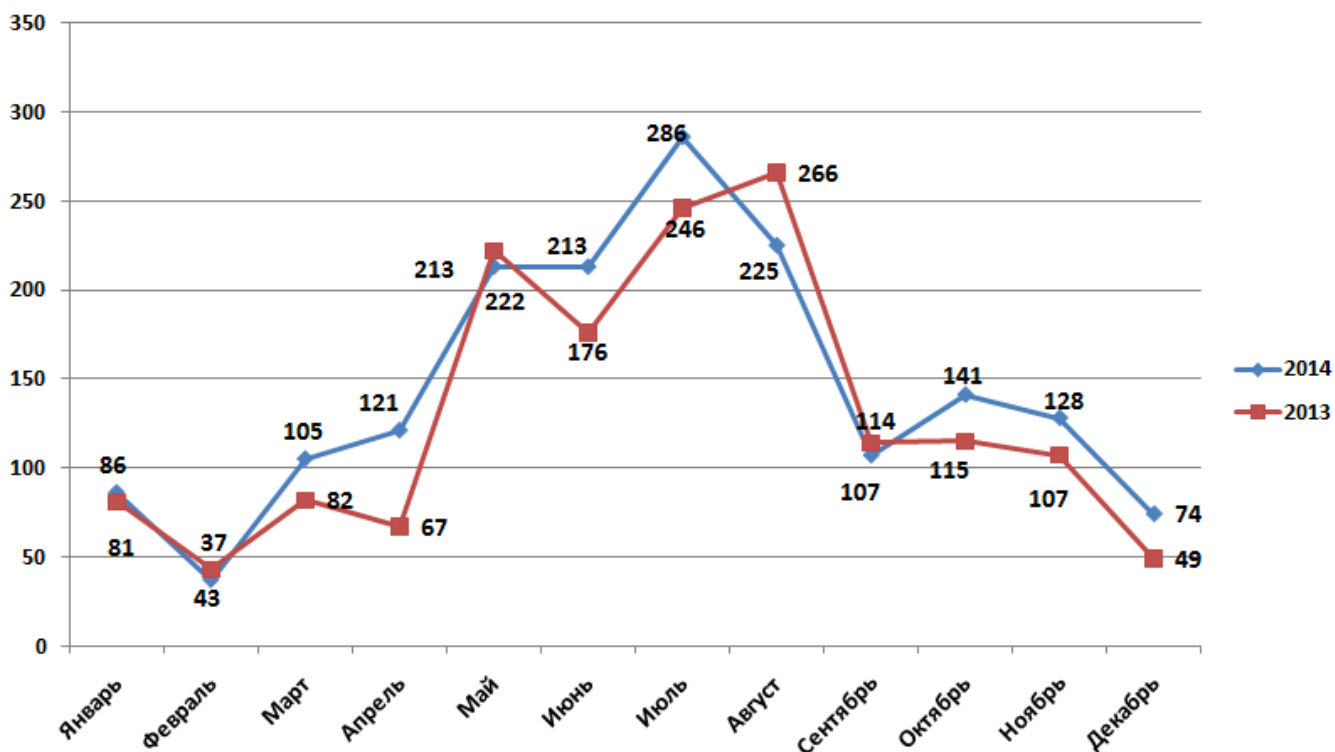


Рис.1. Сравнение динамики обращений в ГБУ ПО «ИТЦ» за 2013 и 2014 годы

Доля повторно обратившихся в ИТЦ по сравнению с прошлым годом выросла в 2 раза и составляет 7%. (Рис. 2)

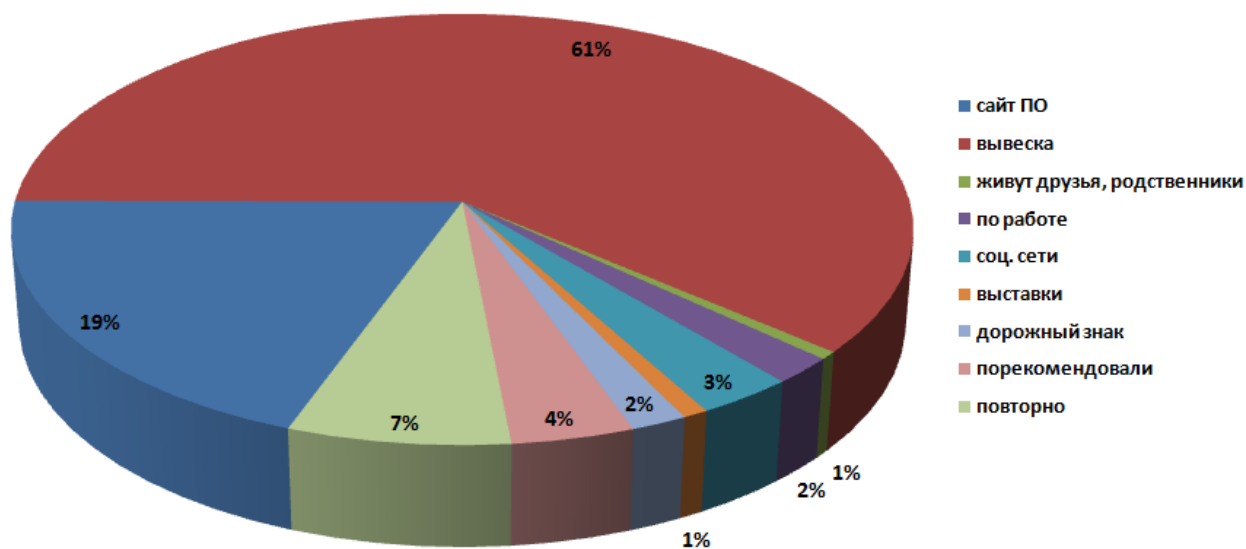


Рис. 2.Способы получения информации об ИТЦ

По региону отправки классификация туристов также остается без изменений – лидерство остается у Санкт-Петербурга – 40%, на втором месте Москва -24%, на третьем Псков – 8%. Доля туристов, приезжающих из зарубежных стран осталась

на прежнем уровне - 12%, но стоит отметить расширение их географии – в 2014 году в ИТЦ обращались туристы не только из стран Западной Европы, но и таких стран, как: Южная Корея, Китай, Мексика, Бразилия, Австралия, Швейцария, США, Япония и Чили.

По сравнению с прошлым годом стоит отметить тенденцию увеличения продолжительности пребывания туристов в области.

Наибольшая доля туристов, обратившихся в инфоцентр – 36%, планирует остановиться в Псковской области на 2 дня, 28% туристов остаются более чем на 3 дня, доля туристов, пребывающих в Пскове один день или три дня примерно одинаковая – 18%.

Большинство туристов, обратившихся в инфоцентр в 2014 году, приехали в Псков на личном автомобиле. Состав групп изменился – более 30% - семейные пары, компании 3-5 человек – 20%, 17% - женщины и 14% - мужчины. В то время как 2 года назад картина была совершенно другой: более 30% - женщины (одинокие или в паре с подругой/сестрой), 25% - мужчины, 21% - семьи.

Самыми популярными услугами инфоцентра по-прежнему остаются предоставление карт, печатных информационных материалов, и информации по туристским маршрутам (консультации по памятникам, объектам культурной и туристской инфраструктуры) (Рис.3). Отмечается частое сравнение Пскова с Европой, в части создания информационного туристского центра, в котором собрана вся информация по области, предоставляемая туристам бесплатно.

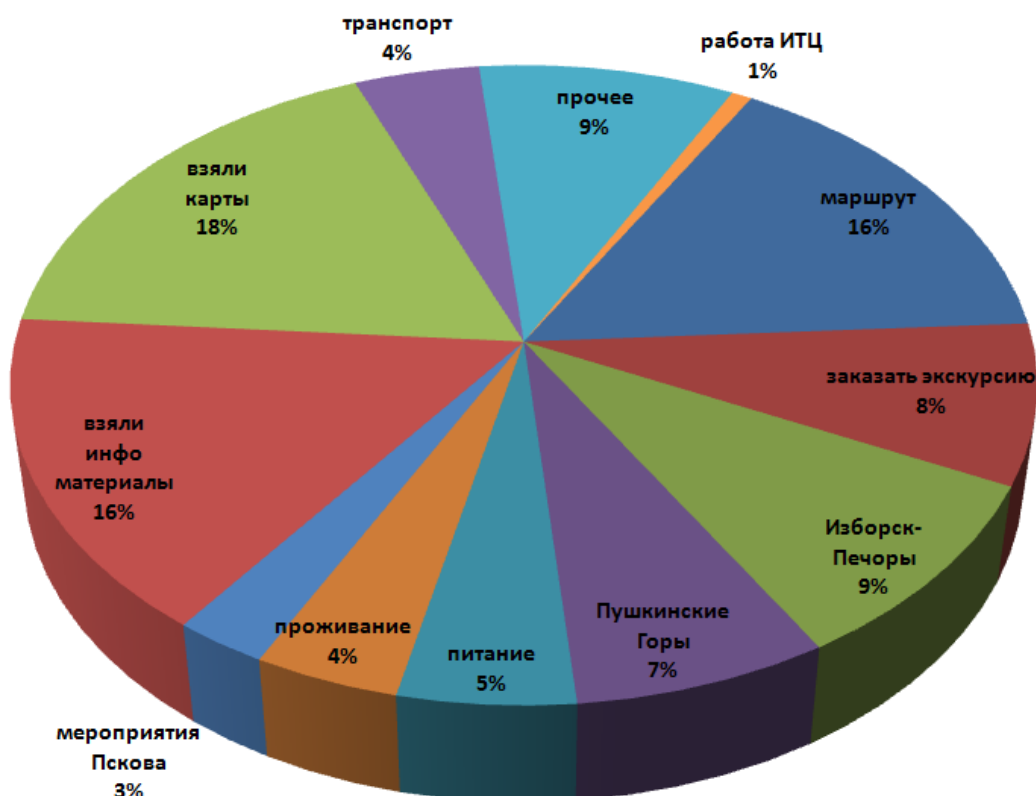


Рис.3. Распределение спроса на услуги ИТЦ

Одной из основных задач ИТЦ является продвижение Псковской области в информационном пространстве. Так, ведется работа с официальным туристским сайтом Псковской области *tourism.pskov.ru*, а также со страницами в социальных сетях: *vk.com* (официальная страница псковской области и страница инфоцентра), *facebook.com* и *twitter.com*.

В настоящее время информация на сайте обновляется и дополняется ежедневно. Доступны английская и немецкая версии, планируется добавление латышской версии. Специалисты ИТЦ самостоятельно занимаются переводом наиболее интересных статей сайта, а также новых разделов.

Страница ИТЦ в социальной сети «ВКонтакте» (*vk.com*) за год показала прирост подписчиков 60%. Официальная страница Псковской области в сети «ВКонтакте» показала прирост 57% (Рис. 4).

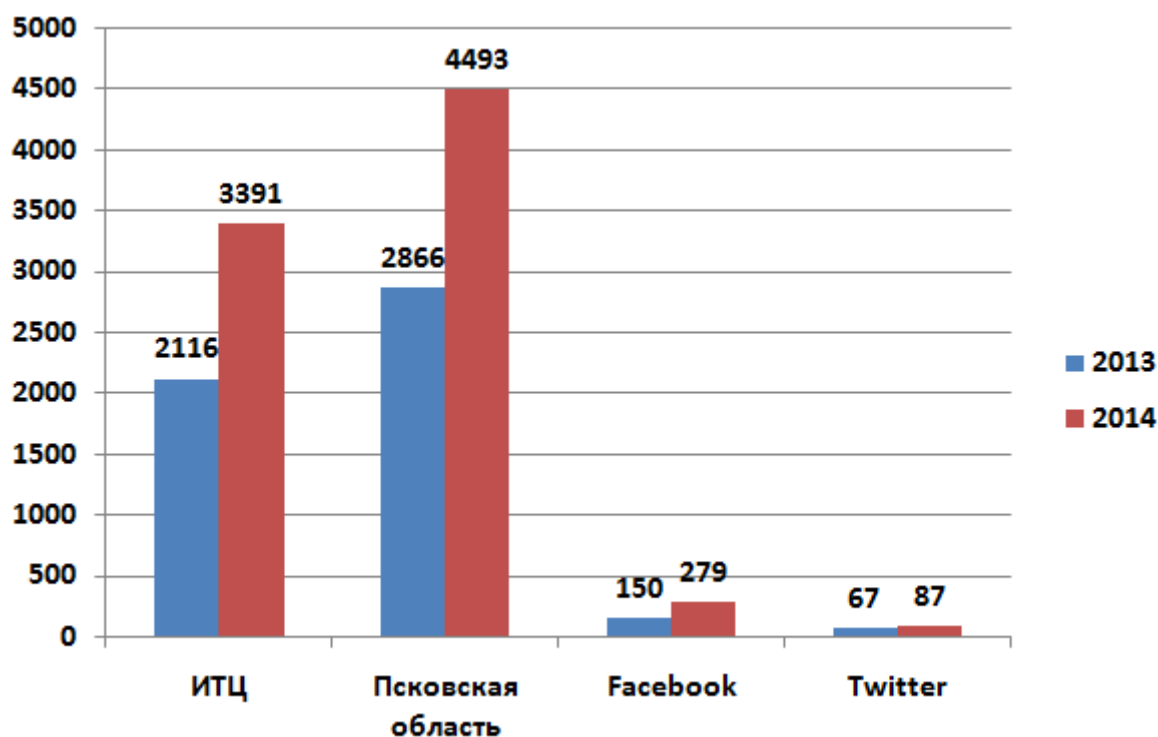


Рис. 4. Количество подписчиков на страницы в социальных сетях

Благодаря выбору различных социальных сетей происходит наибольший охват целевой аудитории.

Кроме того, в рамках работы по продвижению области в СМИ, инфоцентр ежедневно проводит мониторинг, выбирая и публикуя информацию о наиболее интересных событиях из жизни города. *Еженедельно производится адресная рассылка новостей региона по федеральным СМИ, партнерам ИТЦ, туркомпаниям Москвы и Санкт-Петербурга.*

Помимо организации обслуживания туристов ИТЦ выполняет ряд работ, направленных на продвижение туристского продукта Псковской области на внутренних и внешних рынках, а также принимает участие в организации презентационных и событийных мероприятий.

Итак, за 2014 года ИТЦ содействовал в организации участия Псковской области в **6 международных** туристских выставках в Эстонии, Латвии, Литве, Москве и Санкт-Петербурге.

Каждые полгода ИТЦ организует и проводит информационные туры для представителей туроператоров Москвы и Санкт-Петербурга, а также журналистов, результатом которых являются налаживание взаимовыгодного сотрудничества с псковскими предприятиями туристической индустрии и публикации о Псковской области в различных СМИ.

Так за 2014 год были проведены следующие инфотуры:

- информационный тур по объектам экологического туризма Псковской области с посещением Себежского национального парка и Полистовского природного заповедника. По результатам инфотура было написано несколько статей в специализированных туристских изданиях «Путешествие по России» и «Живая карта России».

- информационный тур по местам воинской славы Псковской области с посещением легендарной «Линией Сталина» и деревней Красуха Порховского района. По результатам данного тура была опубликована статья на портале «Вести.туризм» - «Псковская земля: по местам сражений», налажены связи между представителями турбизнеса Москвы и Санкт-Петербурга и Псковского региона.

Совместно с Государственным комитетом Псковской области по культуре был выпущен новый туристский буклет «Отдых на природе», направленный на продвижение экологического и сельского туризма области.

В рамках подготовки Масленицы, Всероссийского Театрального Пушкинского фестиваля, фестиваля «Ледовое побоище», Пушкинского праздника поэзии и фестиваля исторической реконструкции «Исаборг», фестиваля «Железный Град», «Медового фестиваля», «Дня Скобаря», «Крещендо» ИТЦ выполнял работы по медийному освещению праздников – еженедельно более 35 федеральных СМИ получали пресс-релизы о подготовке к праздникам, таким образом, о каждом мероприятии было опубликовано порядка 30 статей.

В апреле 2014 года была расширена рекламная кампания по установке информационных стоек на крупных пограничных автозаправках области. Теперь информационные стойки расположены на всех въездах в Псковскую область по федеральным трассам.

В мае ГБУ ПО «ИТЦ» оказывал содействие в организации пребывания экспедиции «National Geographic Россия» «В глубь России, в глубь веков» на

территории Псковской области. По результатам экспедиции журнал «National Geographic Россия» готовит публикацию и фотовыставку, которая пройдет в резиденции советника-посланника по экономическим вопросам Посольства Швеции в Москве.

К годовщине Великой Победы Информационный туристский центр провел фото-конкурс, посвященный Дню Победы, позволяющий сохранить память о великом подвиге народа среди молодежи и тем самым расширить аудиторию читателей и подписчиков страниц в социальных сетях.

В 2014 году Информационный туристский центр выступил соорганизатором таких событийных мероприятий как «Медовый фестиваль» и «День Скобаря». Для продвижения этих фестивалей в августе была проведена промо-акция в крупнейшем торговом центре Санкт-Петербурга - «Мега. Дыбенко», с приглашением посетить Псковскую область: раздача магнитов с изображением Пскова и флаеров-приглашений в Псков на вышеуказанные мероприятия.

В октябре 2014 года был проведен электронный аукцион на публикацию рекламной статьи о Псковской области, по результатам которого опубликована статья с приглашением на новогодние каникулы в Псковскую область в журнале для всей семьи «Антенна. Телесемь» Москвы и Санкт-Петербурга.

В течение 2014 года ГБУ ПО «ИТЦ» стало членом двух организаций: Общественный Совет по туризму при Государственном комитете Псковской области по культуре и в Некоммерческое партнерство «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций» (НП «НАИТО»). В рамках работы с НП «НАИТО» на туристском сайте Псковской области [www.tourism.pskov.ru](http://www.tourism.pskov.ru) появился модуль бронирования средств размещения, ведется работа по созданию мобильного приложения по Псковской области для смартфонов.

В конце года инфоцентр снова выступил организатором конкурса на лучший объект сельского и эко-туризма «Эко-Отдых 2014».

В конце 2014 года ГБУ ПО «ИТЦ» стал финалистом сразу двух Всероссийских премий: «Маршрут года» и «Russian Event Awards» в номинации «Лучший информационный туристский центр».

Совместно с Государственным комитетом Псковской области по культуре и региональным отделением по Псковской области «Союз пенсионеров России» ГБУ ПО «ИТЦ» осуществляет реализацию мероприятий по развитию социального туризма в Псковской области.

Таким образом, можно сказать, что 2014-й год был продуктивным для ИТЦ: количество обращений заметно растет, значительно увеличился охват интернет-аудитории, сфера деятельности инфоцентра расширяется и не остается незамеченной на федеральном уровне, что позволяет сделать вывод о правильности выбранного направления работы и качестве ее исполнения.