

Отчет о деятельности ГБУ ПО «ИТЦ» за 2013 год

Государственное бюджетное учреждение Псковской области «Информационный туристский центр» работает с октября 2010 года. В 2013 году в ГБУ ПО «ИТЦ» зарегистрировано 1569 (одна тысяча пятьсот шестьдесят девять) обращений, что на 60% (620 обращений) больше, чем в 2012 году. Данный рост свидетельствует о правильном направлении продвижения услуг инфоцентра на туристском рынке.

Таблица 1. Количество обращений в ИТЦ

Всего зарегистрировано обращений		За год	Первое полугодие	Второе полугодие
		1569	671	898
в том числе:	лично	1189	498	691
	по телефону	188	78	110
	e-mail	49	21	28
	онлайн-консультант	125	63	62
	соцсети	18	11	7

По соотношению способа обращения за услугами ИТЦ, по-прежнему лидирует личное присутствие в офисе. Нововведение конца прошлого года – онлайн-консультант на туристском сайте Псковской области становится все более популярным и практически равно количеству телефонных обращений.

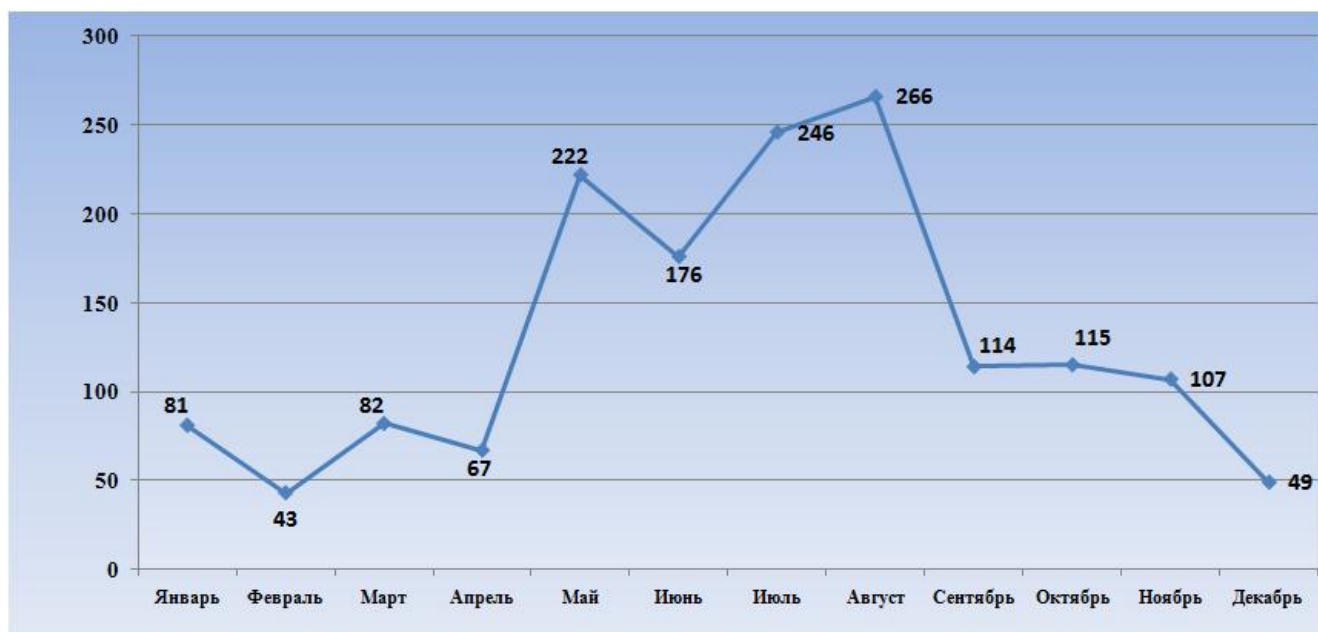


Рис.1. Динамика турпотока за 2013 год

Наименее популярны обращения в социальных сетях. По сравнению с прошлым годом турпоток 2013 года имеет более выраженную сезонность – с окончанием новогодних каникул турпоток снижается, достигает минимума в феврале и до мая остается стабильным (Рис.1).

Высоким сезоном все так же являются месяцы май – август, в которые был зарегистрирован абсолютный рекорд по количеству обращений. Следует отметить смену пикового месяца с июня, как это было в 2012 году, на август. Наступление осени сопровождается резким спадом туристского потока, однако на протяжении трех месяцев наблюдается стабильность количества обращений в инфоцентр (Рис.2). На графике наглядно представлено увеличение количества обращений по сравнению с прошлым годом.

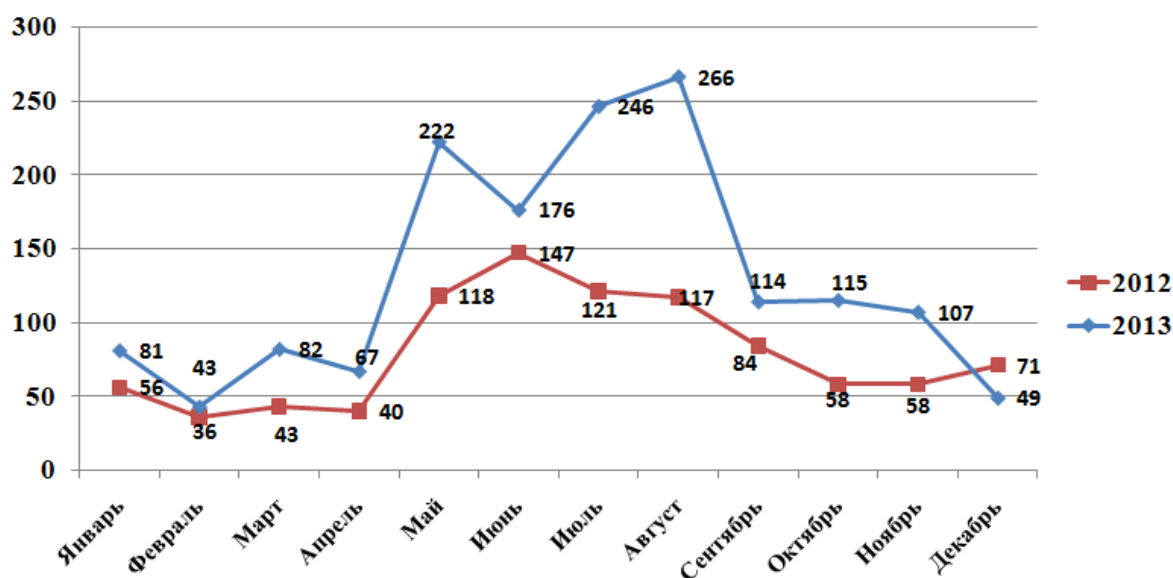


Рис.2. Сравнение динамики турпотока в 2012 и в 2013 гг.

Главным источником информации об информационном туристском центре для тех, кто лично обратился в офис, является вывеска учреждения. Для тех, кто обращался по электронной почте или по телефону, источником информации послужил туристический сайт Псковской области. Доля повторно обратившихся в ИТЦ остается на прежнем уровне –3%.

По региону отправки классификация туристов также остается без изменений – лидерство остается у Санкт-Петербурга – 44%, на втором месте Москва -23%, на третьем Псков – 8%. Доля туристов, приезжающих из зарубежных стран осталась на прежнем уровне, но стоит отметить расширение их географии– в 2013 году в ИТЦ обращались туристы не только из стран Западной Европы, но и таких стран, как: Япония, Китай, Новая Зеландия, Великобритания, США.

Расширение географии туристов, обратившихся в ИТЦ, связано с размещением рекламных материалов и статей о Псковской области и, в частности, информационном туристском центре в презентационной продукции на международных туристских выставках в Латвии, Литве, Эстонии, Китае, Лондоне, где интерес к области со стороны иностранцев был довольно высоким.

Структура продолжительности пребывания в Пскове по сравнению с прошлым годом изменилась. Наибольшая доля туристов, обратившихся в инфоцентр – 40%, планирует остановиться в Псковской области на 2 дня, 23% туристов остаются на 3 дня, доля туристов, пребывающих в Пскове один день или более четырех дней примерно одинаковая – 18,5%.

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.5).

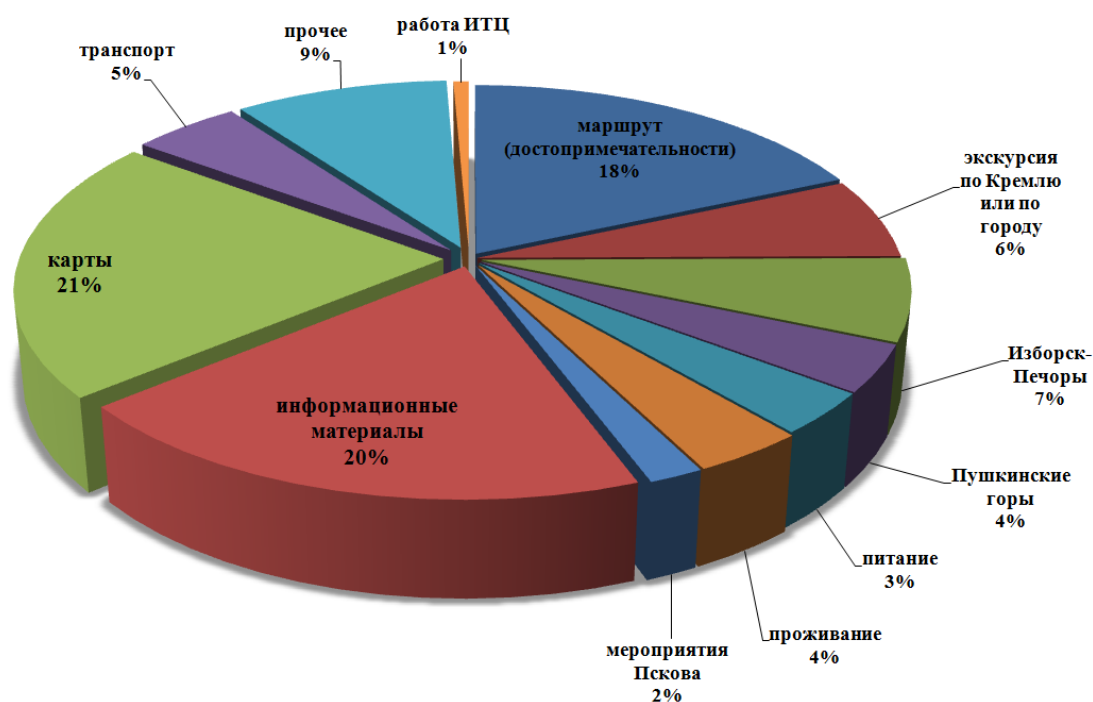


Рис. 5. Распределение спроса на услуги ИТЦ

В рамках ОДЦП «Развитие культурно-познавательного туризма Псковской области на 2010-2016 гг.» по заказу ИТЦ проводились ежемесячные замеры туристского потока. Стоит отметить, что, согласно итоговому отчету туртрафика, представленного Некоммерческим партнерством «Бюро социальных технологий»

график годового туристского потока ИТЦ почти полностью соответствует графику, представленному Бюро (Рис.6.)

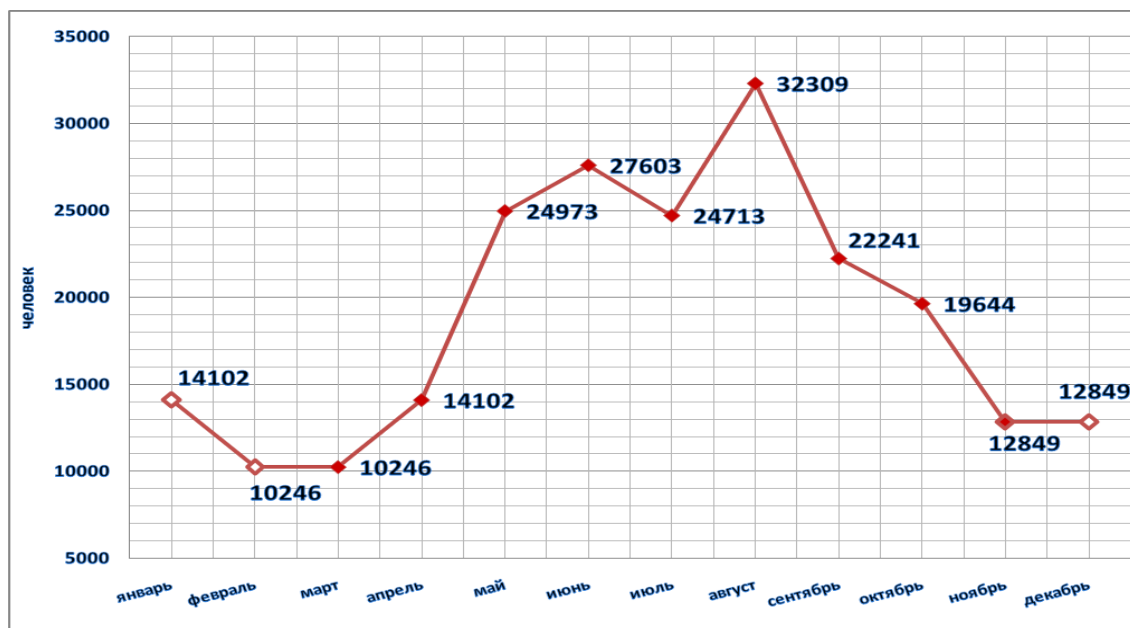


Рис.6. Вал и динамика турпотока 2013г., тыс. чел. по данным Бюро социальных технологий

Согласно результатам исследований основные регионы отправки туристов в Псковскую область совпадают с результатами статистики ИТЦ – Санкт-Петербург и Ленинградская область, Москва и Московская область. Основу турпотока по-прежнему составляют самостоятельные поездки.

Таким образом, доминирующим типом турпоездки в Псковскую область остается поездка из Санкт-Петербурга и Ленинградской области на личном автомобиле. А для москвичей приоритетным способом трансфера является поезд.

Самый популярный формат тургруппы этого года согласно исследованиям - два человека, семейная пара. Доля совместных с коллегами поездок равнялась 29,6%, с друзьями приезжали 19,5% туристов. Почти каждый пятый гость приезжал поодиночке. Доля одиночных визитов значительно сократилась по сравнению с показателями прошлых лет.

Мониторинг календаря событий в Псковской области в 2013 году показал, что самый насыщенный мероприятиями и праздниками, привлекательный для туристов месяц – это август, включающий Богослужение и Крестный ход в храмах Свято-Успенского Псково-Печорского монастыря, фестиваль военно-исторической реконструкции и средневековой культуры в Изборске «Железный град», а также традиционный «Медовый фестиваль» в Пскове.

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 и эстонской версий. Специалисты ИТЦ самостоятельно занимаются переводом наиболее интересных статей сайта, а также новых разделов.

По статистике сайта (Рис.7,8,9) можно отследить не только сезонность пользовательского спроса на информацию, но и некоторую корреляцию со статистикой обращений в инфоцентр.

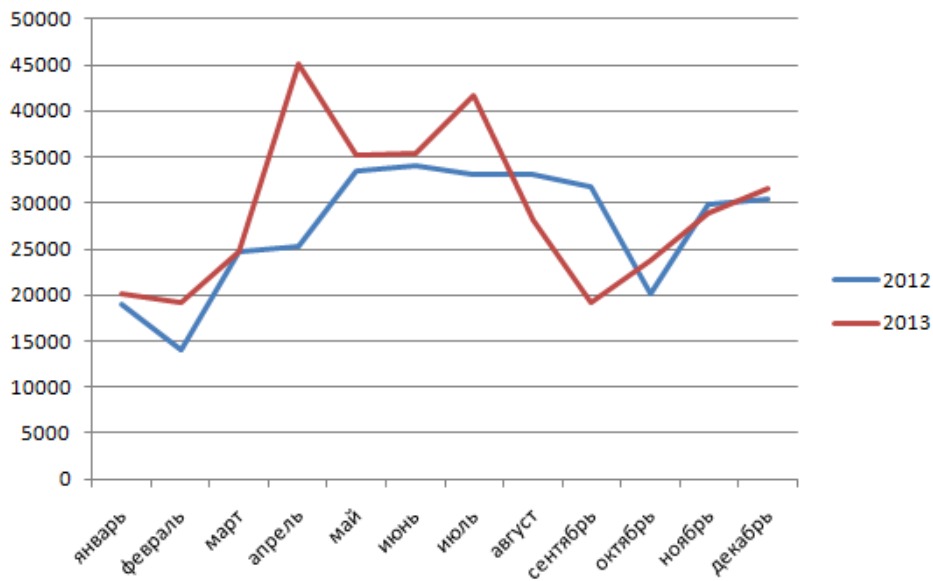


Рис. 7. Просмотры¹

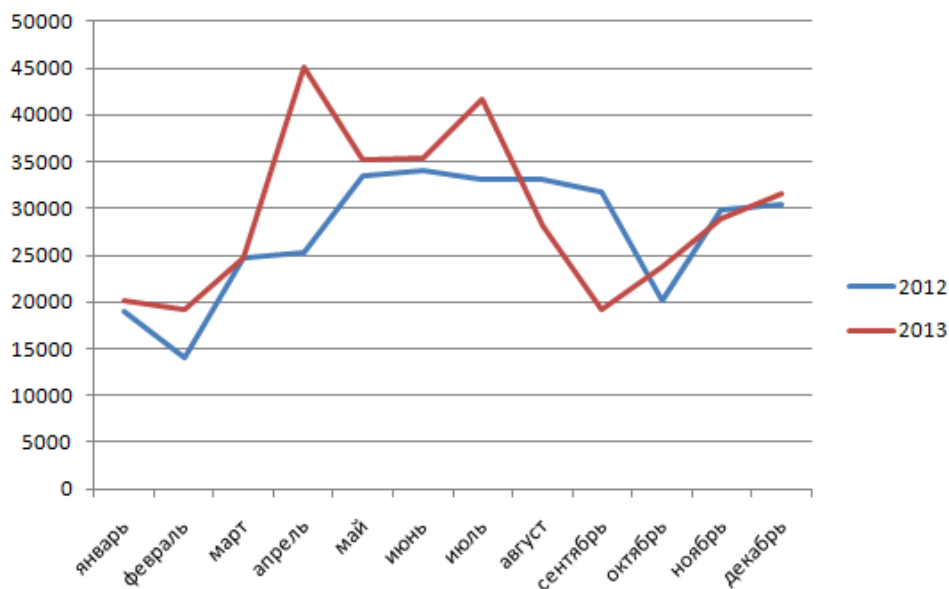


Рис. 8. Посетители²

¹ Количество загрузок страниц сайта

² Количество уникальных посетителей сайта (количество браузеров)

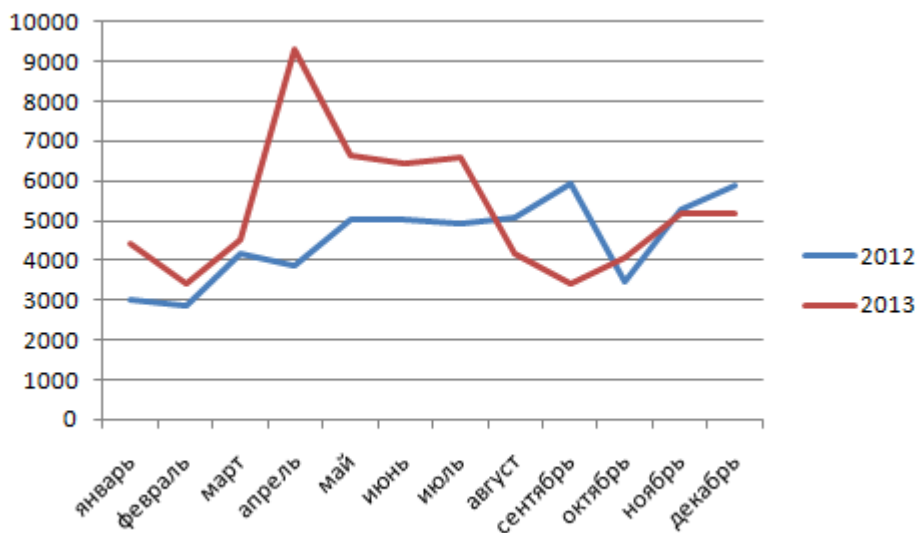


Рис. 9. Хосты³

Таким образом, за 2013 год количество просмотров сайта составило 352 723 загрузки; количество посетителей 57 696 человек; количество хостов 63 305 уникальных IP-адресов.

Страница ИТЦ в социальной сети «ВКонтакте» (vk.com) за год показала прирост подписчиков 219%. Официальная страница Псковской области в сети «ВКонтакте» показала прирост 375% (Рис. 10).

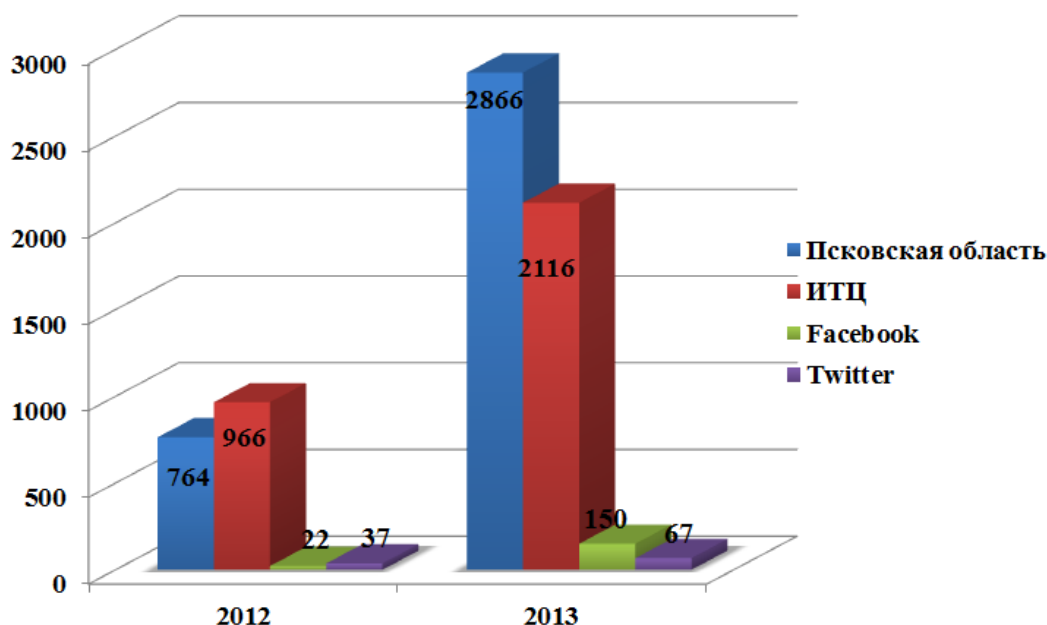


Рис. 10. Количество подписчиков на страницы в социальных сетях

Стоит отметить и портрет подписчиков страниц в социальных сетях. Так, в сети ВКонтакте основными читателями страниц являются женщины (75%) в

³ Количество уникальных IP-адресов, с которых запрашивались страницы сайта

возрасте от 24 до 45 лет из Пскова и Санкт-Петербурга. Здесь стоит отметить расширение географии подписчиков – на страницу ИТЦ подписаны жители Украины, США, Германии и Франции.

Страницы инфоцентра в сети фейсбук и твиттер не столь популярны, но постепенно увеличивается количество подписчиков. Так прирост на странице ИТЦ в фейсбуке составил 681%. Здесь стоит отметить, что гендерное разделение подписчиков менее заметно – 55% женщины и 45% мужчины. Возраст подписчиков страницы колеблется от 18 до 54 человек.

Таким образом, благодаря выбору различных социальных сетей происходит наибольший охват целевой аудитории.

*За год на страницах ИТЦ было опубликовано более 4000 новостей о жизни области и событийных мероприятиях. Также были реализованы **специальные проекты** по продвижению туристических, исторических и культурных объектов области в сети Интернет: ежедневно на страницах публиковалась информация о достопримечательностях Пскова и области, музеях, областных районах, природных заповедниках, об объектах туристской инфраструктуры, городских и областных легендах, о жизни знаменитых людей, чьи имена связаны с Псковской областью. Особый интерес вызвали публикации о фильмах, снятых в Пскове и области.*

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 2013 год ИТЦ содействовал в организации участия Псковской области в **восьми** туристских выставках в Эстонии, Латвии, Литве, Москве, Санкт-Петербурге, Лондоне.

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.

Таким образом, за 2013 год были проведены:

- Инфотур по святым, паломническим местам Псковской области и Талабским островам. Основной задачей проведения данного инфотура являлось продвижение Псковской области как паломнического региона и бренд-бука «Талабские острова». По результатам инфотура было налажено сотрудничество между туроператорами Санкт-Петербурга и Пскова по продвижению данного направления на рынке туристских услуг.

- Информационный тур по объектам сельского и экологического туризма. Целью проведения данного мероприятия было ознакомление туроператоров Москвы и Санкт-Петербурга с объектами сельского туризма области, а так же презентация данных объектов в специализированных журналах «Турнавигатор» и «Турбизнес на Северо-Западе».

- Совместно с Государственным комитетом Псковской области по культуре было оказано содействие в организации информационного тура для представителей туроператоров Пскова в Полистовский заповедник. По результатам инфотура информационные материалы заповедника размещаются в офисах турфирм, отдельных турпрограмм в заповедник на данный момент еще не разработано, поездки в Полистовский заповедник предлагаются в индивидуальном порядке.

В рамках подготовки Масленицы, Всероссийского Театрального Пушкинского фестиваля и фестиваля «Гардарика», Пушкинского праздника поэзии, «Медового фестиваля», «Железного града», «Дня скобаря» 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 более 40 статей.

В 2013-м году была проведена широкомасштабная рекламная кампания в Санкт-Петербурге, направленная на привлечение туристов в Псковскую область: реклама на линиях Петербургского метрополитена с самым большим охватом целевой аудитории – 1 и 2 линии и автобусах города - размещены рекламные стикеры с приглашением посетить Псковскую область и контактными данными ИТЦ; проведены 2 промо-акции в крупнейшем торговом центре города - «Мега. Дыбенко», направленные на продвижение «Медового фестиваля» и создание благоприятного образа области как туристского региона.

Стоит так же отметить рекламную кампанию по установке информационных стоек на крупных пограничных автозаправках области. Размещенные на стойках материалы раздаются туристам бесплатно. В 2014 году планируется установка инфостоек на всех пограничных автозаправочных станциях области.

В конце 2013 года ИТЦ выступил организатором конкурса на лучший объект сельского туризма «ЭкоОтдых-2013» и новогодней ярмарки подарков ручной работы «ART-ель».

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 рамках областной долгосрочной целевой программы «Старшее поколение Псковской области на 2011-2013 годы».

Одной из ключевых функций ИТЦ также является подготовка и написание туристических буклетов. Так, за 2013 год было написано и издано 2 туристских буклета по самым распространенным маршрутам: «Изборск-Печоры» и «Пушкинские Горы». Тексты прошли согласование в отделах культуры Администраций районов, Государственном музее-заповеднике А.С. Пушкина «Михайловское», а также в Государственном комитете Псковской области по культуре, и изданы к концу 2013 года.

Таким образом, можно сказать, что 2013-й год был продуктивным для ИТЦ: количество обращений заметно растет, значительно увеличился охват интернет-аудитории, что позволяет сделать вывод о правильности выбранной стратегии продвижения и качестве подготовки материалов.

Исследования туристского потока будут также продолжены в следующем году с использованием новых методик.