

## ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

O.V. Fedotkina

### THE CREATION OF THE TOURIST INFORMATION CENTERS AS A WAY OF INTERNAL TOURISM DEVELOPMENT

Популярность российских туристских дестинаций на туристском рынке растет с каждым годом. Одним из условий привлекательности туристских дестинаций является их информационная обеспеченность [1]. Постепенно люди перестают пользоваться услугами туристических компаний, предлагающих готовые пакетные туры, предпочитая самостоятельно планировать свой отдых. Для того чтобы сделать пребывание в незнакомом городе максимально комфортным и информативным для самостоятельных путешественников, чтобы им захотелось вернуться в город вновь, создаются туристско-информационные центры (ТИЦ).

Одной из наиболее важных составляющих работы в туристской индустрии является информированность туриста. Каждому индивидуальному туристу, который попадает в незнакомый город, нужна информация о том, какие достопримечательности стоит посетить, где можно остановиться на ночлег или вкусно поесть. Предоставлять такую информацию в каждом более или менее туристическом городе должны именно ТИЦ.

Целью деятельности ТИЦ является развитие туристской привлекательности региона. Основной вид деятельности ТИЦ – оказание туристских информационно-консультативных услуг жителям и туристам региона: предоставление информации о туристских компаниях и средствах размещения (гостиницы, базы отдыха и т.д.), видах и способах путешествий по региону и т.д.

Помимо этого большинство ТИЦ осуществляют следующие виды деятельности:

- продвижение туристской дестинации на

<sup>1</sup> Магистрант НОУ ВПО «Российский новый университет».

© Федоткина О.В., 2014.

российском и международных туристских рынках;

- участие в разработке и реализации государственных региональных программ развития туризма;

- проведение благоустройства и развитие инфраструктуры туризма дестинации;

- разработка и распространение информационных буклетов о регионе, карт, видеофильмов [4].

Туристско-информационные центры призваны не только информировать, но и давать рекомендации по посещению наиболее интересных мест, помогать туристам сориентироваться в городе, оказывать всяческую поддержку при возникновении каких-либо экстренных ситуаций.

Как правило, туристско-информационные центры представляют собой небольшие павильоны, где туристам готовы помочь консультанты, владеющие иностранными языками. Также на специальных лотках размещены справочники и путеводители, переведенные на английский язык, и туристические карты. Все печатные материалы раздаются абсолютно бесплатно.

На сегодняшний день в России функционирует около 40 туристских информационных центров, наиболее успешные среди которых – городское туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга, туристские информационные центры Республики Карелия, Новгородской, Вологодской и Калининградской областей, Казани, Алтая, Курска, Владивостока, Чукотки и др. Наиболее развитые ТИЦ России представлены на карте (рис. 1).

#### Основные разделы ТИЦ

- Достопримечательности.
- Афиша: что рекомендуют посетить.
- Медиа.
- Путеводитель.



Рис. 1. Туристско-информационные центры России

- Контакты.
- Инфраструктура (гостиницы, турбазы, турфирмы).

Одним из первых и самых успешных в стране ТИЦ является новгородский «Центр развития туризма “Красная изба”». «Красная изба» работает круглосуточно, 365 дней в году, кроме 1 января. Сайт новгородского центра переведен на несколько языков и выигрывает по данному критерию среди других ТИЦ, у которых нет перевода на другие иностранные языки. Сотрудники центра планомерно проводят работу с местным населением, чтобы жители понимали, что они живут не в простом городе, а в туристическом. Для этого привлекаются все доступные силы и средства – от транспортных компаний до местных газет [3].

Еще один успешный проект – ТИЦ Казани. Крайне важную роль играет волонтерская помощь. Так, например, в Казани Ассоциация туристических волонтеров была создана в 2009 году, со временем появился Кодекс гостеприимства. Волонтеры помогают туристам освоиться в городе.

ТИЦ Углича был создан по образцу швейцарского «Офиса по туризму», и результат, хоть и заставил себя ждать, получился впечатляющим: сегодня на 34 тысячи жителей Углича ежегодно приходится более 300 тысяч туристов. У каждого из них есть возможность приобрести карту го-

стя, которая дает возможность посещать практически все музеи города с 30% скидкой.

На сегодняшний день можно сделать вывод, что для дальнейшей успешной деятельности ТИЦ необходимо создать общественную организацию. Сейчас многие ТИЦ работают на условиях государственно-частного партнерства. В такой организации могут обсуждаться и внедряться единые стандарты деятельности и представления информации ТИЦ.

Прообразом единой системы ТИЦ России могла бы стать также сеть туристских информационных центров Ленинградской области. Десять городских и районных центров, входящих в сеть, подчинены различным структурам и органам власти и юридически независимы от ТИЦ, что не мешает организации заниматься продвижением Ленобласти, координировать деятельность ТИЦ на ее территории, участвовать в профессиональных выставках единым областным стендом, организовывать выездные семинары для сотрудников туристической индустрии [2].

Можно сделать выводы, что за созданием ТИЦ стоит главная задача – реализация целого комплекса мероприятий по продвижению региональных туристских продуктов на внутреннем и мировом рынках и организации информационного обеспечения туризма дестинации. В частности, это обеспечение работы туристического портала региона, создание и администрирова-

ние интерактивной туристической карты, продвижение туристических ресурсов и продуктов региона на российских и международных туристических выставках, создание сети ТИЦ внутри региона, а также внедрение системы навигационной, ориентирующей информации для туристов и гостей области.

### **Литература**

1. Морозов М.А., Морозова Н.С. Оценка привлекательности туристских дестинаций // Вестник российского государственного торгово-экономического университета. – 2012. – № 7–8 (67). – С. 41–49.

2. Информационный портал «Турпром» [Электронный ресурс] URL: <http://www.tourprom.ru/profi/content/interview/204/> (дата обращения 20.04.2014).

3. Туристско-информационный центр Великого Новгорода «Красная изба» [Электронный ресурс] URL: <http://www.visitnovgorod.ru/novgorod/tic.html> (дата обращения 21.04.2014).

4. Туристический журнал «Турбизнес» Travel Trade Russia [Электронный ресурс] URL: <http://www.tourbus.ru/news/6508.html> (дата обращения 20.04.2013).