



Market Reseach Company

Выставочный научно-исследовательский центр R&C

**РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО  
ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ - 2016**



## Оглавление

1.	<b>Анонс</b> .....	3
2.	<b>Описание</b> .....	5
	2.1. Описание методики .....	5
	2.2. Анализ исходной выборки.....	6
	2.3. Описание рейтинга .....	7
	2.4. Результаты анализа по группе 1 .....	9
	2.5. Результаты анализа по группе 2 .....	10
	2.6. Результаты анализа по группе 3 .....	10
	2.7. Результаты анализа по группе 4 .....	11
	2.8. Результаты анализа по группе 5 .....	11
	2.9. Оценка дополнительных факторов .....	11
3.	<b>Методология</b> .....	12
	3.1. Формирование выборки.....	12
	3.2. Оценка уровня материально-технической базы .....	12
	3.3. Оценка позиционирования и продвижения региона.....	13
	3.4. Оценка политики дестинации в области ивент-индустрии .....	13
	3.5. Опыт проведения крупных событий .....	14
	3.6. Рекреационные возможности региона .....	14
	3.7. Дополнительные показатели .....	14
	3.8. Расчет интегрального рейтинга .....	15

Сообщения и материалы выставочного научно-исследовательского центра R&C сопровождаются пометкой «ВНИЦ R&C». Авторские права на всю представленную информацию, а также на подбор и расположение материалов принадлежат ВНИЦ «Р-н-С». Все права защищены и охраняются законом.

## 1. Анонс

Выставочный научно-исследовательский центр R&C продолжает составление **Рейтинга событийного потенциала регионов России**. Исследование проводится на ежегодной основе, его результаты, по сложившейся традиции, вот уже в третий раз будут представлены бизнес-сообществу на Евразийском Ивент Форуме 2016 (EFEA 2016), организатором которого является компания R&C.

В составе рейтинга рассматриваются важнейшие аспекты, влияющие на развитие ивент-индустрии: материально-техническая база, региональная политика поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, опыт проведения значимых мероприятий, ключевые показатели, характеризующие развитие региона в качестве туристической дестинации.

Пилотный проект исследования проводился в 2014г. и встретил положительные отклики профессионалов ивент-рынка. Ежегодно методика составления рейтинга совершенствуется в соответствии с меняющимися экономическими условиями и приоритетами как макроэкономического развития, так и развития ивент-индустрии. В 2016г. была переработана методика отбора исходной базы для анализа: ранее при подготовке исследования был использован рейтинг привлекательности городов, составленный институтом территориального развития Урбаника ([urbanica.spb.ru](http://urbanica.spb.ru)), тогда как в процессе работы над настоящим рейтингом ВНИЦ R&C разработал собственный механизм отбора дестинаций, основанный на оценке их социально-экономических, финансовых и качественных<sup>1</sup> показателей. Данная методика отбора позволила с одной стороны, существенно расширить пул исследуемых дестинаций, добавив 20 городов, которые ранее не были включены в выборку ранжирования, с другой – оценить не только общий экономический и инвестиционный фон каждой из них, но и показатели, характеризующие реальную стоимость жизни, непосредственно влияющие на стоимость проведения мероприятий.

В результате предварительного отбора был сформирован исходный пул рейтинга, состоящий из 50 городов. В него вошли как города, участвовавшие в предыдущих рейтингах, так и новые. Абсолютным новичком рейтинга стал город Севастополь, который впервые оценивался как одна из возможных дестинаций делового и конгрессно-выставочного туризма в составе России.

По итогам исследования в ТОП 10 рейтинга вошли следующие города: Екатеринбург, Сочи, Краснодар, Казань, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Новосибирск, Владивосток, Ярославль, Челябинск.

**Таблица 1. Топ-10 рейтинга событийного потенциала дестинаций в 2014 и 2015гг.**

2014	2015	2016
Сочи 1	Сочи 1	Екатеринбург 1
Екатеринбург 2	Екатеринбург 2	Сочи 2
Казань 3	Краснодар 3	Краснодар 3
Красноярск 4	Казань 4	Казань 4
Нижний Новгород 5	Ростов-на-Дону 5	Ростов-на-Дону 5
Краснодар 6	Ярославль 6	Нижний Новгород 6
Новосибирск 7	Уфа 7	Новосибирск 7
Ростов-на-Дону 8	Белгород 8	Владивосток 8
Иркутск 9	Воронеж 8	Ярославль 9
Пермь 10	Иркутск 10	Челябинск 10

<sup>1</sup> В данном случае имеются в виду показатели, оценивающие качество жизни и уровень благосостояния населения.



Пермь

Источник: ВНИЦ R&C

В 2016г. состав лидеров претерпел незначительные изменения. На первое место вышел город **Екатеринбург** – столица активно развивающегося на рынке делового и событийного туризма региона Большой Урал. Привлекательность города была отмечена не только российскими, но и международными экспертами: в 2016г., согласно предварительным данным MasterCard Global Destinations Cities Index, его посетили 203 тыс. иностранных туристов, что позволило городу войти в число 5 наиболее популярных за рубежом российских дестинаций.

На второе место опустился лидер прошлых рейтингов - город **Сочи**, а в остальном пятерка лидеров не претерпела существенных изменений, места с 3 по 5 как и годом ранее занимают **Краснодар, Казань, Ростов-на-Дону**. Несколько ухудшил свои позиции Ярославль, сохранив место в первой десятке, он опустился сразу на 3 позиции на 9 место.

ТОП 10 рейтинга в 2016г. покинули Уфа, Белгород, Воронеж, Иркутск и Пермь. Эти города, сохранив свой событийный потенциал, как в части материально-технической базы, так и в сфере продвижения региона, были вытеснены во вторую десятку новичками рейтинга – **Владивостоком и Челябинском**, а также городами, поднявшимися в ТОП 10 прежде всего благодаря высоким экономическим показателям своих регионов - **Нижним Новгородом и Новосибирском**. Позиции Владивостока в рейтинге существенно укрепились благодаря открытию нового выставочного комплекса TERMINAL EXPO с выставочной площадью до 5000 кв.м. и потенциалом ее роста до 40 000 кв.м. и растущим показателям Восточного экономического форума, а позиции Челябинска – благодаря усилиям администрации города, способствующим привлечению крупных международных спортивных и деловых мероприятий: в 2018г. в городе планируется провести Чемпионат мира по хоккею среди юниоров, кроме того, Челябинск подал заявку на прием саммита БРИКС и ШОС в 2020г. Нижний Новгород и Новосибирск, которые в 2014г. занимали в рейтинге 5 и 7 место соответственно, а в 2015г. не вошли в итоговую выборку по совокупности социально-экономических показателей, снова вернулись в ТОП на 6 и 7 место.

## 2. Описание

### 2.1. Описание методики

Исследование, проводимое в процессе предварительного отбора, охватывает города с численностью населения более 200 000 человек. В процессе отбора городов в исходный пул рейтинга используется интегральная оценка каждого из них по 4 видам показателей, характеризующих уровень социально-экономического и финансового развития, а также качество и стоимость жизни.

Исходный пул рейтинга составляют 50 городов-лидеров, набравшие наибольшее количество баллов. Из него исключаются города Москва и Санкт-Петербург, как элементы, вызывающий сильную диспропорцию и искажение данных, а также города-спутники Москвы (Балашиха, Химки, Мытищи), которые при формальном соответствии всех экономических показателей, не развивают собственный событийного потенциала, являясь спутниками Москвы.

Для построения рейтинга используется многофакторный анализ. Методика основывается на агрегировании различных показателей, характеризующих важнейшие факторы оценки потенциала дестинации. Анализируемые показатели разделены на 6 групп.

1. Уровень материально-технической базы – характеризует возможность города принимать и проводить деловые мероприятия различных форматов. Оценивается: наличие конгрессно-выставочных центров, конгресс-отелей, сетевых отелей, Центров Международной Торговли, степень комфорта гостиниц.
2. Позиционирование и продвижение региона – характеризует возможности региона по привлечению туристических потоков. Оценивается: наличие бренда города, программа продвижения в России, программа продвижения за рубежом.
3. Политика дестинации в области ивент-индустрии – характеризует уровень административной координации всех участников рынка. Оценивается: наличие конвеншн-бюро, наличие информационно-туристических центров, наличие политики в сфере поддержки и развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.
4. Опыт проведения крупных событий – характеризует привлекательность дестинации для организаторов мероприятия различного уровня. Оценивается: опыт проведения крупных международных событий (спортивных, культурно-зрелищных, деловых, правительственных), наличие запланированных к проведению в ближайшие 3 года событий подобного уровня, опыт проведения международных ассоциативных встреч в течение последних 5 лет, наличие регулярных событий за последние 10 лет.
5. Рекреационные возможности региона – характеризует привлекательность туристического контента дестинации. Оценивается: рекреационный и культурный потенциал, наличие исторически-значимых объектов.
6. Дополнительные параметры – оцениваются актуальные аспекты социально-экономического развития города, а также аспекты, влияющие на развитие делового туризма и индустрии встреч. Данная группа является нерегулярной составляющей рейтинга и может ежегодно пересматриваться в соответствии с изменениями общей парадигмы развития конгрессно-выставочной отрасли в России. В 2016г. в качестве дополнительных параметров были включены следующие оценки: креативный потенциал российских городов<sup>2</sup>, привлекательность городов для зарубежных туристов<sup>3</sup>.

Оценка производится в баллах. На первом этапе определялся рейтинговый балл по каждому показателю, на втором этапе определялся рейтинговый балл по группе факторов, и на третьем этапе определялся интегральный рейтинговый балл. Для оценки значимости каждой группы факторов используются коэффициенты веса, установленные методом экспертной оценки. В качестве экспертов к составлению рейтинга привлекаются ведущие специалисты отрасли.

<sup>2</sup> По материалам исследования Calvert 22 и PwC в России

<sup>3</sup> По материалам исследования Global Destination Cities Index (MasterCard)

**Таблица 2. Коэффициенты веса для каждой группы оцениваемых факторов**

Группа 1	Уровень материально-технической базы	0,4
Группа 2	Позиционирование и продвижение региона	0,2
Группа 3	Политика дестинации в области ивент-индустрии	0,2
Группа 4	Опыт проведения крупных событий	0,07
Группа 5	Рекреационные возможности региона	0,07
Группа 6	Дополнительные параметры	0,06

*Источник: ВНИЦ R&C*

## 2.2. Анализ исходной выборки

В 2016г. была переработана методика отбора исходной базы для анализа: ранее при подготовке исследования был использован рейтинг привлекательности городов, составленный институтом территориального развития Урбаника ([urbanica.spb.ru](http://urbanica.spb.ru)), тогда как в процессе работы над настоящим рейтингом ВНИЦ R&C разработал собственный механизм отбора дестинаций, основанный на оценке их социально-экономических, финансовых и качественных<sup>4</sup> показателей. Исходный пул рейтинга был увеличен до 50 городов. Из него были исключены города Москва и Санкт-Петербург, как элементы, вызывающий сильную диспропорцию и искажение данных, а также города-спутники Москвы (Балашиха, Химки, Мытищи), которые при формальном соответствии всех экономических показателей, не развивают собственный событийного потенциала, являясь спутниками Москвы.

В сравнении с выборкой прошлого года можно отметить, что в лидирующей десятке регионов оказались не только крупные промышленные и финансовые центры – Тюмень, Сургут, Екатеринбург, Новосибирск, Кемерово, но и города, отмеченные жителями как наиболее качественные и благоустроенные в социальной сфере – Краснодар, Севастополь, Южно-Сахалинск. Среди значимых изменений можно отметить высокие позиции города Грозный, который на общем фоне роста показателей Чеченской Республики (снижение долговой нагрузки, сокращение дефицита бюджета и пр.) оказался, по результатам опросов, городом с высокими показателями качества жизни. Улучшили свои позиции города Мурманск и Хабаровск, первый благодаря высокой доле экспортноориентированных предприятий, обеспечивающих поступления валютной выручки, второй – благодаря улучшению как финансовых, так и социальных показателей.

Рассматривая динамику позиций городов в средней части рейтинга, необходимо учитывать увеличение размера выборки. Многие из них, сохранив основные показатели как в социально-экономической сфере, так и в сфере благоустройства и туризма на уровне 2015г., опустились на несколько позиций в связи с появлением новых участников. В их числе Ростов-на-Дону, Воронеж, Ярославль, Пермь и Уфа.

Замыкающую десятку образуют города, уровень благосостояния которых существенно снизился в период кризиса. Прежде всего, это Калуга, где экономические показатели очень сильно ухудшились в 2015г, Великий Новгород, чей вклад в региональный ВРП уменьшается за счет снижения количества предприятий малого и среднего бизнеса, Магнитогорск, где отмечается рост уровня безработицы, сокращение располагаемых доходов населения и рост стоимости жизни. При сохранении негативных тенденций эти города могут покинуть наш рейтинг в следующем году.

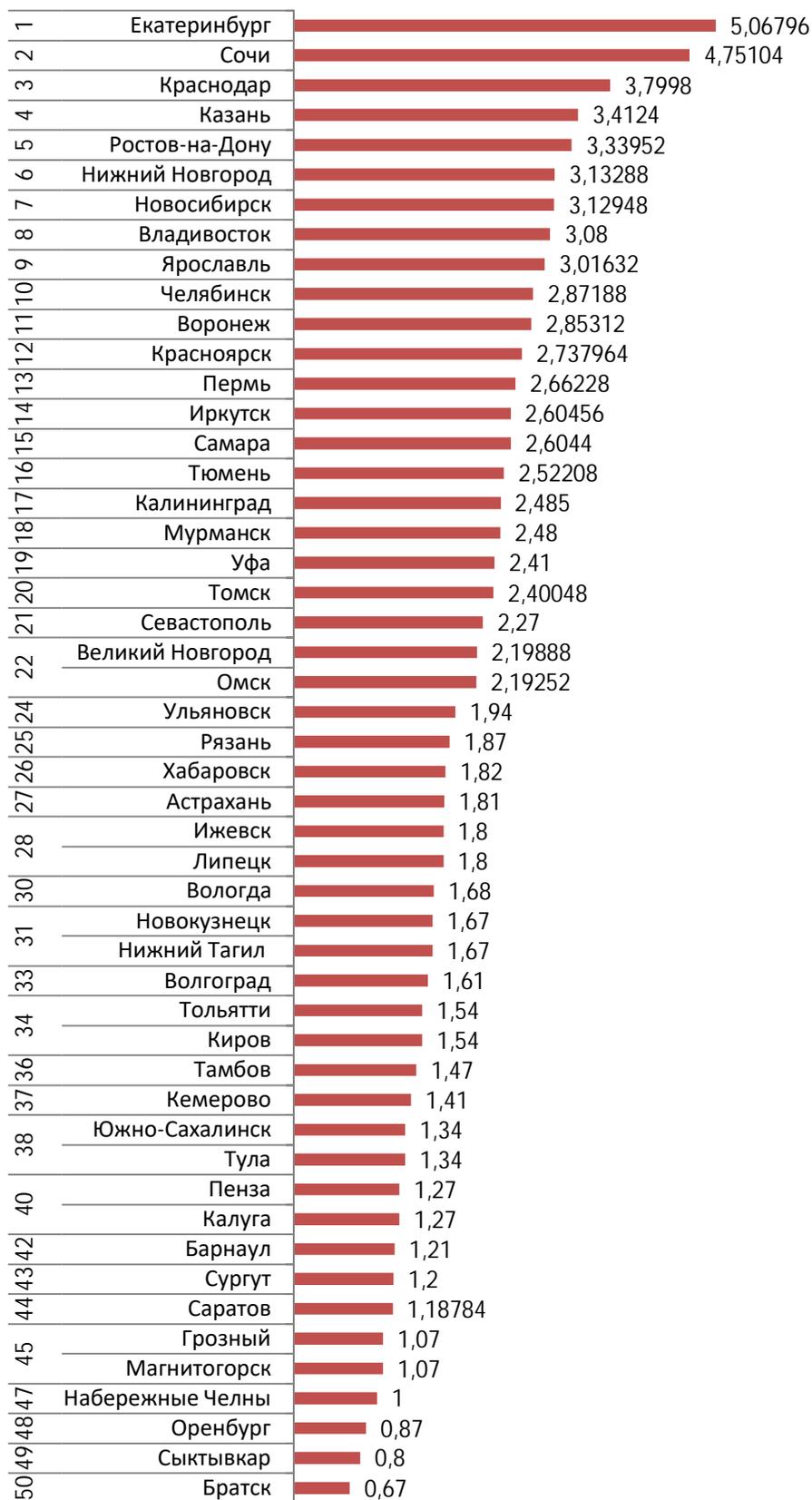
В 2016г по совокупности показателей в выборку не вошли следующие города-участники рейтинга 2015г.: Белгород, Тверь, Рыбинск, Череповец, Братск, Стерлитамак, Старый Оскол, Ангарск.

<sup>4</sup> В данном случае имеются в виду показатели, оценивающие качество жизни и уровень благосостояния населения.

### 2.3. Описание рейтинга

Распределение мест в итоговом рейтинге представлено на Диаграмме 1.

**Диаграмма 1. Рейтинг событийного потенциала российских дестинаций**



Благодаря расширению исходной базы исследования, в 2016г. в рейтинг вошли 20 **новых городов**, ранее в нем не фигурировавших: Барнаул, Владивосток, Волгоград, Вологда, Грозный, Ижевск, Калининград, Кемерово, Киров, Набережные Челны, Нижний Тагил, Новокузнецк, Омск, Саратов, Севастополь, Тамбов, Томск, Ульяновск, Хабаровск, Челябинск. Наиболее успешным оказался дебют **Владивостока** и **Челябинска**, сразу попавших в первую десятку. Владивосток получил высокие оценки сразу в нескольких группах показателей, прежде всего, относящихся к оценке материально-технической базы и потенциала для проведения крупных деловых мероприятий. Этот город также вошел в рейтинг MasterCard Global Destinations Cities Index как одна из 5 наиболее привлекательных дестинаций России для иностранных туристов. Челябинск, на сегодняшний день обладающий средним объемом материально-технической инфраструктуры, имеет сильно желание ее развивать для привлечения в город событий разного уровня. В настоящее время, по данным ICCA, Челябинск имеет опыт приема достаточно крупных конгрессных мероприятий, кроме того, администрация города прикладывает усилия для привлечения спортивных и крупных международных мероприятий: в городе уже сейчас проводятся несколько крупных соревнований по зимним видам спорта (этапы кубков мира), в 2018г. он примет Чемпионата мира по хоккею среди юниоров, а в 2020г. планирует принять саммит БРИКС и ШОС, в ходе подготовки которого предполагается модернизировать как общегородскую, так и специализированную конгрессно-выставочную инфраструктуру.

Абсолютным новичком рейтинга стал город **Севастополь**, который впервые оценивался как одна из возможных дестинаций делового и конгрессно-выставочного туризма в составе России, и занял в итоговом рейтинге 20 место. Обладая рядом факторов, способствующих развитию делового туризма: местоположением в курортном регионе, наличием средств размещения и высоким уровнем общегородской инфраструктуры, интересом со стороны российских граждан и организаций, финансовой поддержкой программ развития туризма со стороны федерального центра, город испытывает ряд сложностей, связанных с возможностью их реализовать. Эти сложности вызваны целым комплексом причин, среди которых можно выделить как влияние западных санкций, так и сложности, связанные со статусом города – главной морской базы флота в регионе, а также проблемы так называемого «переходного периода», которые требуют подготовки большого количества документации и предварительных мер для реализации целевых программ. Тем не менее, в настоящее время в регионе разрабатывается ряд программ, реализация которых запланирована на 2017-2018гг.

Кроме Севастополя, новичками второй десятки рейтинга стали **Калининград** и **Томск**. Последний в 2015г. зарегистрировал и начал развивать бренд «Томск - студенческая столица России». В настоящее время в городе регулярно проводится больше количество как ассоциативных конгрессных мероприятий, так и молодежно-студенческих, есть опыты реализации мероприятий на межправительственном уровне. Развитию Калининграда, обладающего высоким рекреационно-туристическим потенциалом, привлекающим как внутренних, так и внешних туристов, препятствуют инфраструктурные ограничения. Специализированный выставочный комплекс «Балтик-Экспо» имеет ограничения по приему крупных мероприятий, которые все чаще выбирают более современный и вместительный концерно-конгрессный комплекс в Светлогорске. Планы постройки второй очереди «Балтик-Экспо» в настоящее время приостановлены, поскольку администрация города и инвесторы не могут согласовать место для строительства. Реализация этого проекта позволит существенно повысить потенциал региона и вывести его на уровень лидирующих городов рейтинга.

Вытесненные новичками, ТОП 10 рейтинга в 2016г. покинули Уфа, Белгород, Воронеж, Иркутск и Пермь. Все они, за исключением Белгорода, сохранив свой событийный потенциал как в части материально-технической базы, так и в сфере продвижения региона, переместились во вторую десятку: **Воронеж** – на 11 место (-3), **Пермь** – на 13 место (-5), **Иркутск** – на 14 (-6), **Уфа** – на 20 (-13). Белгород в 2016г. не вошел в исходный пул рейтинга, в связи с ухудшением показателей доходов населения.

В целом можно отметить, что произошедшие в составе рейтинга, особенно в его средней части, изменения являются отражением структурных изменений экономики регионов в текущем

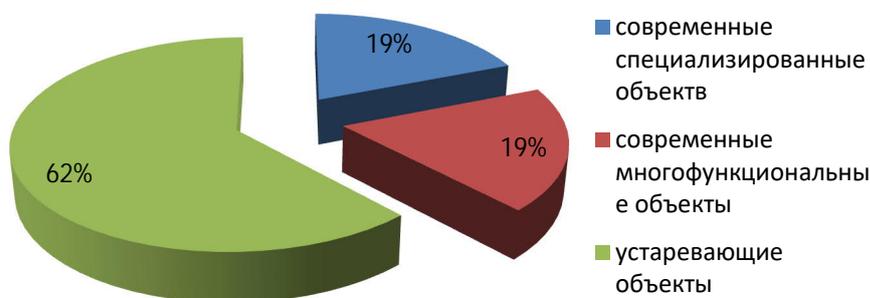
году: лидерами по экономическим показателям стали крупные финансовые и интеллектуальные центры страны, промышленно развитые регионы, а также центры добычи основных природных ресурсов, прежде всего, нефти и газа. Так, лидером роста рейтинга 2016 стал **Мурманск**, который в 2015г. находился в четвертой десятке и не вошел в итоговый список, а в 2016г., благодаря улучшению экономических показателей и сохранению высоких показателей экспорта, занял 18 место. В то же время ухудшились показатели ряда городов средней численности, не являющихся крупными промышленными и финансовыми центрами. Рейтинг покинули Рыбинск, Стерлитамак, Ангарск, Старый Оскол, Тверь и Белгород. Существенно ухудшили свои позиции Липецк (-8), Сургут (-15), Тольятти (-17), Тула (-20), Магнитогорск (-21). Лидером спада стал Оренбург, переместившийся на 27 позиций с 21 на 48 место. Практически на тех же местах в двадцатке остались города **Самара** и **Тюмень**, сохранившие как экономические, так и туристические показатели на уровне 2015г.

#### 2.4. Результаты анализа по группе 1

Общий спад инвестиционной активности в кризисный период привел к сокращению количества инфраструктурных проектов в ивент индустрии. Наиболее активно строятся площадки для спортивных мероприятий, которые необходимо завершить к Чемпионату Мира по футболу 2018 – стадионы и гостиницы в Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Волгограде, Самаре и Саранске, Екатеринбурге и Калининграде.

Что касается специализированных объектов конгрессно-выставочной инфраструктуры, в 2016г. был успешно реализован только один крупный проект – **выставочный комплекс TERMINAL EXPO** на 5000 кв.м. выставочной площади во Владивостоке, построенный на базе старого аэропорта. В стадии незавершенного строительства находится новый выставочный комплекс KAZAN EXPO, который должен принять в 2019 году Чемпионат Мира по профессиональному мастерству WorldSkills Competition. Срок сдачи объекта намечен на 2017г. В 2015г. прошел экспертизу и был принят администрацией Свердловской области проект строительства современного **концерно-конгрессного центра в Екатеринбурге**, однако работы были перенесены в связи с дефицитом финансирования. В настоящее время заявлено, что данный объект будет сдан к выставке «Иннопром-2017». В стадии разработки и привлечения инвесторов находятся сразу 2 **проекта в Хабаровском крае**: выставочный и деловой центр в составе AirCity на базе проектируемого терминала Хабаровск Новый, а также выставочный центр «Техно ЭКСПО» в городе Юности (спутник Комсомольска-на-Амуре). При этом, как подчеркивают в правительстве региона, данные проекты будут реализованы при четком понимании потенциальной загрузки каждого центра и четком разделении проводимых выставок по специализации, чтобы города не конкурировали между собой.

**Диаграмма 2. Объекты конгрессно-выставочной инфраструктуры в регионах России**



*Источник: ВНИЦ R&C*

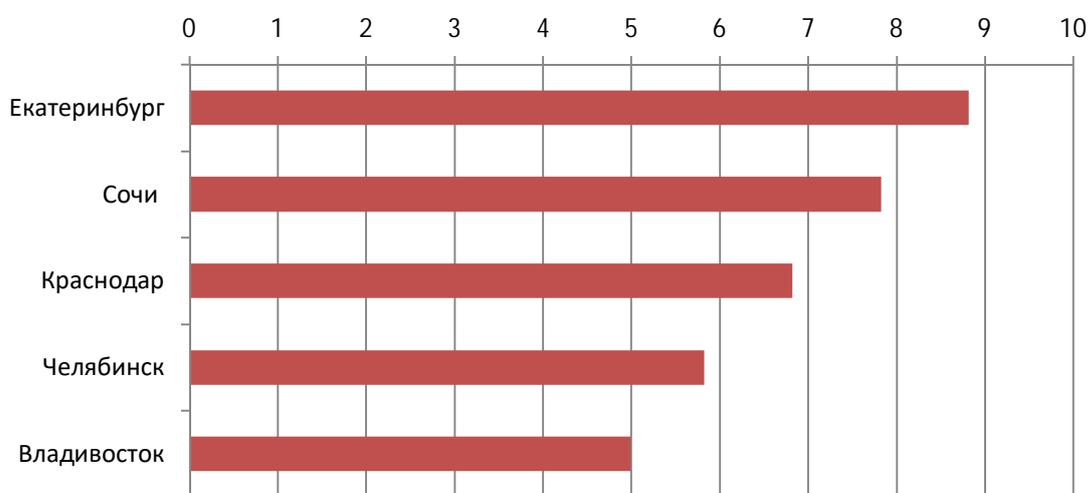
В целом состояние конгрессно-выставочной инфраструктуры в рассматриваемых городах можно охарактеризовать следующим образом: 19% - это современные специализированные конгрессно-выставочные площадки, столько же – современные многофункциональные площадки на базе ТРК,

БЦ и научно-технологических центров и около 62% - устаревающие объекты (выставочные комплексы, выставочные павильоны).

В этом году в группу 1 был добавлен новый показатель, оценивающий уровень комфорта средств размещения (гостиниц) в рассматриваемых городах. Эта оценка представляется нам весьма важной, поскольку критерий удобства и презентабельности средств размещения является одним из ключевых критериев выбора дестинации организаторами мероприятий. Среди рассматриваемых городов наиболее высокие оценки были присвоены гостиницам **Ярославля, Калининграда, Казани, Челябинска, Новосибирска.**

По сумме баллов всех показателей лидерами в группе 1 стали города: **Екатеринбург, Сочи, Краснодар, Челябинск, Владивосток.**

**Диаграмма 3. Дестинации с наиболее развитой материально-технической базой**



*Источник: ВНИЦ R&C*

## 2.5. Результаты анализа по группе 2

В 2016 году подавляющее большинство рассматриваемых городов продолжали активно заниматься развитием и продвижением своих продуктов на региональном, федеральном и международном уровнях. До 30 регионов была расширена география рекламной кампании «Время отдыхать в России», целью которой является популяризация внутреннего туризма и продвижение национальных туристических маршрутов. В частности, в 2016 году к программе присоединились Челябинск, Екатеринбург, Самара, Уфа, Красноярск, Пермь, Волгоград.

По-прежнему максимальный суммарный балл по данной группе получили дестинации, разработавшие и продвигающие собственный бренд. Среди них: **Краснодар, Сочи, Томск, Казань, Ростов-на-Дону, Ярославль, Пермь, Самара, Мурманск, Тула, Магнитогорск, Великий Новгород.** В стадии разработки в настоящее время находится бренд Рязани. Системный подход к формированию имиджа территории в дальнейшем позволит городу укрепить свои позиции в рейтинге.

## 2.6. Результаты анализа по группе 3

В настоящее время в России зарегистрировано 6 конгресс-бюро: в Санкт-Петербурге, Москве, Сочи, Екатеринбурге, Ярославле и Тюмени. Так же встречаются упоминания о конгресс-бюро Томска, которое является коммерческой организацией. В 2014 году планировалось к открытию Конгресс-бюро Республики Татарстан. Также рассматривался вопрос о Конгресс-бюро г. Казань. Как известно, наличие программ развития конгрессно-выставочной деятельности в регионе напрямую зависит от присутствия в городе профильных координирующих структур. Поэтому преимущество при формировании итоговой оценки по данной группе показателей

получили города, в которых активно функционируют именно конгресс-бюро, а сеть муниципальных и негосударственных информационно-туристических центров в России развивается в течение нескольких последних лет достаточно широко.

### 2.7. Результаты анализа по группе 4

Количество проводимых в регионах мероприятий заметно сократилось как под влиянием санкций, так и вследствие сокращения маркетинговых бюджетов российских компаний. Большая часть крупных международных мероприятий по-прежнему происходит в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Казани и Владивостоке. Прочие регионы растут за счет проведения конгрессных мероприятий ассоциаций, заявки на проведение которых были согласованы ранее, и крупных международных спортивных событий, заявки на прием которых российские города активно направляли в период проведения Олимпиады в Сочи и сразу после него. Однако негативные внешние факторы накладывают свой отпечаток и на этот сегмент: во второй половине 2016г. начались отмены ряда мероприятий в связи с публикацией данных расследования WADA. Можно предположить, что в 2017г. в связи с намеренной эскалацией этой проблемы, могут быть отменены и другие мероприятия, и остается только надеяться, что эти отмены не коснутся таких крупных и затратных с точки зрения организации событий, как Кубок конфедераций 2017, Чемпионат мира по футболу 2018, Универсиада 2019 в Красноярске, Чемпионат мира по биатлону 2021 в Тюмени.

**Лидерами по сумме баллов в данной группе показателей стали города Екатеринбург, Сочи, Казань и Владивосток.**

### 2.8. Результаты анализа по группе 5

Развитие туристического потенциала регионов, прежде всего в сфере внутреннего и въездного туризма, и повышение доходов от туристической деятельности остается одним из приоритетных направлений политики России в период кризиса. Программы продвижения как регионов целом, так и отдельных городов, предусматривающие создание и развитие привлекательного туристического контента, успешно функционируют практически во всех субъектах федерации. В каждом регионе продолжают рассчитывать на прирост туристического потока в первую очередь в связи с замещением закрывшихся и подорожавших зарубежных маршрутов.

Оценки в этой группе достаточно однородны и получены практически всеми участниками, за исключением индустриально-промышленных центров Севера и Сибири.

### 2.9. Оценка дополнительных факторов

В настоящем исследовании учтены следующие дополнительные факторы, позитивно влияющие на развитие событийного потенциала российских городов:

- привлекательность городов для зарубежных туристов;
- потенциал развития креативных индустрий.

В первом случае дополнительные оценки получили 3 из 5 российских городов, отмеченные в глобальном рейтинге дестинаций Global Destination Cities Index (MasterCard) - Екатеринбург, Новосибирск и Владивосток; во втором 7 из 9 городов, участников индекса креативного потенциала, составленного фондом Calvert 22 и PwC в России – Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Воронеж, Краснодар, Тюмень и Новосибирск.

### 3. Методология

#### 3.1. Формирование выборки

Исследование, проводимое в процессе предварительного отбора, охватывает города с численностью населения более 200 000 человек. В процессе отбора городов в исходный пул рейтинга используется интегральная оценка каждого из них по 4 видам показателей, характеризующих уровень социально-экономического и финансового развития, а также качество и стоимость жизни.

Исходный пул рейтинга составляют 50 городов-лидеров, набравшие наибольшее количество баллов. Из него исключаются города Москва и Санкт-Петербург, как элементы, вызывающий сильную диспропорцию и искажение данных, а также города-спутники Москвы (Балашиха, Химки, Мытищи), которые при формальном соответствии всех экономических показателей, не развивают собственный событийного потенциала, являясь спутниками Москвы.

Этот вариант оценки является более подходящим для периода стагнации, нежели для периода развития, поскольку исходный перечень состоит только из крупных городов, чьи экономические показатели даже в условиях сжимающейся экономики выше, нежели у малых городов. В случае если необходимо включить в перечень и малые города, необходимо добавить в критерии неэкономические факторы отбора и включить в список города с численностью населения от 100 000 человек.

#### 3.2. Оценка уровня материально-технической базы

**Цель оценки:** определение возможностей дестинации принимать и проводить деловые мероприятия различных форматов

**Вес:** 0,4

Критерии	Методология
<b>Наличие КВЦ</b>	Одна площадка = 1 балл Итоговым значением будет являться сумма баллов. Учитываются как специализированные, так и многофункциональные объекты. Не учитываются: устаревшие объекты (ДК), художественные галереи, стадионы, манежи, лофты, концертные залы и пр. малоприспособленные площадки.
<b>Наличие сетевых отелей</b>	Оценивается факт наличия (вне зависимости от количества объектов). Наличие = 1, отсутствие = 0 Учитываются отели крупнеших международных и российских сетей.
<b>Наличие конгресс-отелей</b>	Оценивается факт наличия (вне зависимости от количества объектов). Наличие = 1, отсутствие = 0 Учитываются отели с конгресс-залами вместимостью от 100 человек и соответствующей деловой инфраструктурой.
<b>Наличие ЦМТ</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Учитываются объекты, включенные в печеречень Ассоциации Центров Мировой Торговли ( <a href="https://www.wtca.org/locations/map/europe">https://www.wtca.org/locations/map/europe</a> )
<b>Качество гостиниц</b>	Оценивается качество обслуживания в гостиницах по отзывам туристов. Баллы импортируются из рейтинга качества гостиниц trivago (выпускается ежегодно). Рейтинговые баллы переводятся в долевые показатели для получения сопоставимых числовых параметров с остальными показателями группы.

### 3.3. Оценка позиционирования и продвижения региона

**ЦЕЛЬ ОЦЕНКИ:** определение возможности региона по привлечению туристических потоков

**ВЕС:** 0,2

Критерии	Методология
Наличие бренда города	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие =0 Учитываются только бренды, подтвержденные соответствующим положением о порядке их продвижения или данными о результатах народного голосования.
Наличие программы продвижения	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие =0 Оценка формируется на основании программы продвижения региона (области/республики/края в целом) и информации на сайте Комитета по внешним связям, при наличии – информационно-туристическом портале города. Для каждого города засчитывается программа продвижения региона, если город - столица региона или если город упомянут в документах как важный элемент формирования турпривлекательности региона. Не засчитывается, если город не входит в турпрограмму региона.
Продвижение региона за рубежом	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие =0 Оценка формируется на основании программы продвижения региона (области/республики/края в целом), участия региональных программ продвижения на международных выставках (есть ли представители от регионов, учитывается также продвижение под единым российским брендом), продвижение в аэропортах и т.п. Для каждого города засчитывается программа продвижения региона, если город - столица региона или если город упомянут в документах как важный элемент формирования турпривлекательности региона. Не засчитывается, если город не входит в турпрограмму региона.

### 3.4. Оценка политики дестинации в области ивент-индустрии

**ЦЕЛЬ ОЦЕНКИ:** определение уровня административной координации всех участников рынка.

**ВЕС:** 0,2

Критерии	Методология
Наличие Конвеншн-бюро	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие =0
Наличие информационно-туристического центра	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие =0 При подсчете учитываются как государственные/муниципальные информационные центры, так и частные проекты, в том числе, созданные на базе существующих предприятий туристической индустрии
Наличие политики в сфере развития ивент-индустрии	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие =0 Базой оценки является действующее законодательство региона в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности (если оно имеется)

### 3.5. Опыт проведения крупных событий

**Цель оценки:** определение привлекательности дестинации для организаторов мероприятия различного уровня.

**Вес:** 0,07

Критерии	Методология
<b>Наличие крупных событий в течение последних 5 лет</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 При оценке учитываются крупные события международного масштаба: Олимпийские Игры, Универсиады, значимые спортивные чемпионаты, значимые культурные события, международные саммиты и форумы -G8, G20, БРИКС, ШОС, АСЕАН и пр.
<b>Наличие запланированных (подтвержденных) крупных событий на период до 3х последующих лет</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Учитываются подтвержденные организаторами заявки на проведение крупных международных событий
<b>Проведение ассоциативных мероприятий в течение последних 5 лет</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Оцениваются события в сегменте ассоциативных встреч по базе данных ICCA
<b>Наличие регулярных событий за последние 10 лет</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Оцениваются регулярные события в сегменте ассоциативных встреч, крупные международные события, проводимые без ротации

### 3.6. Рекреационные возможности региона

**Цель оценки:** определение привлекательности туристического контента дестинации.

**Вес:** 0,07

Критерии	Методология
<b>Культурные возможности</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Исследуется наличие значимых культурных событий. В настоящем исследовании были использованы данные Национального календаря событий 2016. Для каждого города учитывалось событий, проводимое непосредственно в нем или в ближайших окрестностях. Мероприятия, проводимые в других городах региона, не учитывались
<b>Рекреационные возможности</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Уровень рекреационных возможностей оценивался в соответствии с описанием рекреационного комплекса экономики России
<b>Исторические возможности</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 В процессе оценки учитывались только объекты федерального или международного значения (ЮНЕСКО)

### 3.7. Дополнительные показатели

**Цель оценки:** оценки актуальных влияющих факторов в сфере экономического развития, делового и событийного туризма. Состав показателей может меняться в зависимости от развития экономической ситуации в целом и приоритетов развития ивент-рынка в частности.

**Вес:** 0,06

Критерии	Методология
<b>Привлекательность городов для</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Рассматривается присутствие города в глобальном



**зарубежных туристов**

рейтинге дестинаций Global Destination Cities Index (MasterCard)

**Потенциал развития креативных индустрий**

Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0  
Рассматривается факт присутствие в исследовании креативного потенциала российских городов, проводимого фондом Calvert 22 и PwC в России

### 3.8. Расчет интегрального рейтинга

Интегральный рейтинг рассчитывается как сумма итоговых баллов по каждой из 5 групп показателей с учетом весовых поправок. Полученные значения ранжируются в порядке убывания. Если несколько дестинаций получают одинаковое количество баллов в интегральном рейтинге, они оцениваются как однозначные.