



Market Research Company

Выставочный научно-исследовательский центр R&C

**РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО  
ПОТЕНЦИАЛА ДЕСТИНАЦИИ - 2015**

## Оглавление

<b>1. Анонс .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Описание .....</b>	<b>4</b>
2.1. Описание методики .....	4
2.2. Описание рейтинга .....	5
2.3. Выборка данных .....	7
2.4. Результаты анализа по группе 1 .....	8
2.5. Результаты анализа по группе 2 .....	9
2.6. Результаты анализа по группе 3 .....	10
2.7. Результаты анализа по группе 4 .....	10
2.8. Результаты анализа по группе 5 .....	10
<b>3. Методология .....</b>	<b>10</b>
3.1. Формирование выборки .....	10
3.2. Оценка уровня материально-технической базы .....	11
3.3. Оценка позиционирования и продвижения региона .....	11
3.4. Оценка политики дестинации в области ивент-индустрии .....	12
3.5. Опыт проведения крупных событий .....	12
3.6. Рекреационные возможности региона .....	13
3.7. Расчет интегрального рейтинга .....	13

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 ООО «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, представляются бизнес-сообществу на Евразийском Ивент Форуме 2015 (EFEA 2015), 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. В 2015г. методика его проведения была скорректирована в соответствии с новыми экономическими условиями, сложившимися в нашей стране в течение 2014-2015гг. Так, была доработана методика отбора исходной базы, в основе которой, как и ранее лежит рейтинг привлекательности городов, составленный институтом территориального развития Урбаника ([urbanica.spb.ru](http://urbanica.spb.ru)). В рейтинге-2015 в базе были оставлены все города - как крупные региональные, так и районные центры - в порядке соответствия ранжированию Урбаники, за исключением Москвы и Петербурга, поскольку данный порядок отражает тенденцию развития внутреннего туристического потенциала российских регионов, являющегося одним из ключевых трендов экономического развития России в этом году.

По итогам исследования в топ-10 рейтинга вошли следующие города: Сочи, Екатеринбург, Краснодар, Казань, Ростов-на-Дону, Ярославль, Уфа, Белгород, Воронеж, Иркутск и Пермь.

2014		2015	
Сочи	1	Сочи	1
Екатеринбург	2	Екатеринбург	2
Казань	3	Краснодар	3
Красноярск	4	Казань	4
Нижний Новгород	5	Ростов-на-Дону	5
Краснодар	6	Ярославль	6
Новосибирск	7	Уфа	7
Ростов-на-Дону	8	Белгород	
Иркутск	9	Воронеж	
Пермь	10	Иркутск	8-11
		Пермь	

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

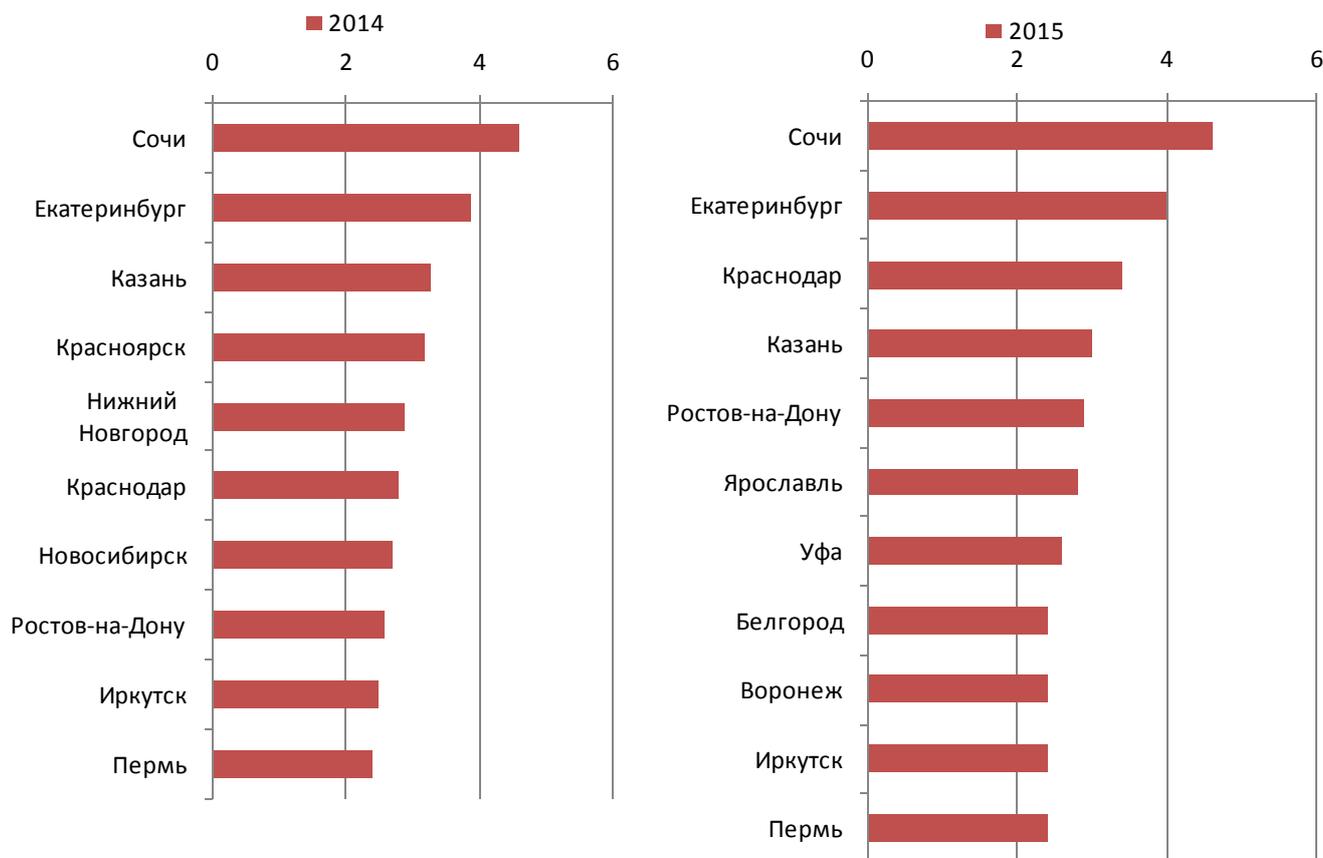


Диаграмма 1. Топ-10 рейтинга событийного потенциала дестинаций в 2014 и 2015гг.

Положительным явлением, характеризующим динамику регионального развития, является входжение в ТОП-10 городов, не являющихся «миллионниками» - Ярославля, Белгорода. Эта тенденция, характерная для всего рейтинга в целом, свидетельствует о стремлении регионов укрепить свои позиции как на внутреннем, так и на внешнем рынке путем развития событийного туризма и сопутствующих ему активностей. В этой связи еще одним нововведением методики составления рейтинга стала оценка культурного потенциала каждой дестинации в соответствии с Национальным календарем событий, представленным в конце 2015г. на Международном туристском форуме в Петербурге и объединившим наиболее значимые и характерные для каждого региона события.

## 2. Описание

### 2.1. Описание методики

Для построения рейтинга используется многофакторный анализ. Методика основывается на агрегировании различных показателей, характеризующих важнейшие факторы оценки потенциала дестинации. Анализируемые показатели разделены на 5 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.

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.

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.

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	0,1
Группа 5	Рекреационные возможности региона	0,1

Таблица 2. Коэффициенты веса для каждой группы оцениваемых факторов

## 2.2. Описание рейтинга

В итоговом рейтинге места распределились следующим образом:

город	место
Сочи	1
Екатеринбург	2
Краснодар	3
Казань	4
Ростов-на-Дону	5
Ярославль	6
Уфа	7
Белгород	8
Воронеж	
Иркутск	
Пермь	
Самара	12
Тюмень	13
Ставрополь	
Астрахань	
Липецк	16
Тольятти	17
Тула	18
Южно-Сахалинск	19
Тверь	20
Оренбург	21
Рыбинск	
Череповец	23
Нижневартовск	24
Магнитогорск	
Братск	
Стерлитамак	
Сургут	28
Старый Оскол	29
Ангарск	30

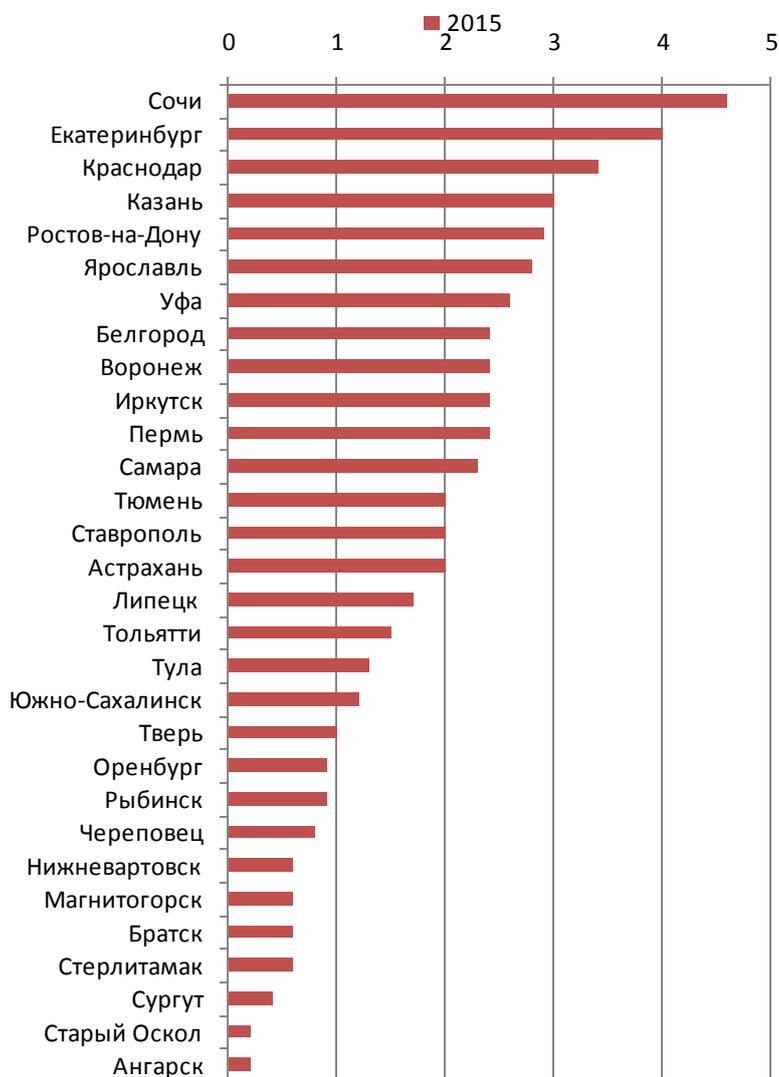


Таблица 3. Рейтинг событийного потенциала дестинаций 2015

Диаграмма 2. Рейтинг событийного потенциала дестинаций 2015

Как и в прошлом году, лидирующие места заняли города **Сочи** и **Екатеринбург**. При этом Сочи по-прежнему лидирует с большим отрывом от остальных городов-участников. На одну позицию в рейтинге опустилась **Казань**, которую, благодаря росту, показанному в рейтинге привлекательности городов, обошел **Краснодар**.

В связи с выбытием из ТОП-30 рейтинга привлекательности городов наш рейтинг покинули: Красноярск, Нижний Новгород, Великий Новгород, Рязань, Калуга, Брянск, Мурманск, Сыктывкари, Владикавказ. Их уход дал возможность подняться в рейтинге менее крупным городам – **Липецку**, **Оренбургу**, **Стерлитамаку**, **Тольятти**, **Братску**, **Старому Осколу**, **Череповцу**, **Рыбинску** и **Ангарску**. Все они расположились во второй части рейтинга, поскольку основное препятствие для их развития в качестве дестинации делового туризма – отсутствие серьезной материально-

технической базы, прежде всего, конгресс-отелей, крупных сетевых отелей и конгрессно-выставочных площадок.

Лидером роста рейтинга стал город **Воронеж**, поднявшийся с 24 места и вошедший в ТОП-10. Такому прогрессу способствовало, помимо роста в базовом рейтинге привлекательности городов, укрепление материально-технической базы выставочной индустрии – в конце 2014г. в городе открылась новая многофункциональная площадка EXPO EVENT HALL на базе ТРК «Сити-Парк «Град», и определение администрацией города политики в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Дальнейшее развитие инфраструктуры города, в частности для приема одной из тренировочных баз ЧМ-2018 по футболу, и укрепление его бренда в качестве Столицы Черноземья дают Хорошие предпосылки для роста в последующих рейтингах.

Также свою позицию в рейтинге укрепили, поднявшись на несколько пунктов, **Ростов-на-Дону, Ярославль, Уфа и Белгород**. Росту привлекательности Ростова-на-Дону, в первую очередь, способствуют усилия по благоустройству и развитию инфраструктуры, предпринимаемые администрацией города в преддверии Чемпионата мира по футболу. Уфа стала известна как дестинация благодаря приему саммита БРИКС и ШОС в июле 2015г. Ярославль усилил свои позиции в качестве туристического центра, одного из ключевых городов «Золотого Кольца» России. В свою очередь Белгород активно развивал бренд города, продвигал его и усиливал событийный туристический контент.

Практически на тех же местах в верхней части рейтинга остались **Иркутск, Пермь, Самара и Ставрополь**. Подобное постоянство вызвано слабым инерционным движением в течение года, в основе которого – ранее заложенная материально-техническая и сервисная база.

### 2.3. Выборка данных

Выборка сформирована на основе ТОП-30 рейтинга привлекательности городов института территориального развития Урбаника ([urbanica.spb.ru](http://urbanica.spb.ru)). В соответствии с методикой составления рейтинга, из базы исключен г. Москва, как элемент, вызывающий сильную диспропорцию и искажение данных.

По итогам прошедшего года в рейтинге привлекательности произошли существенные изменения. В первой пятёрке существенно улучшили свои позиции **Краснодар и Уфа**, что дало этим городам возможность улучшить свои позиции и в рейтинге событийного потенциала. **Лидерами роста стали Самара, Воронеж и Казань**. Последняя, традиционно, занимает значимое место на верхних строчках рейтингов туристической и деловой активности. Самара, улучшившая свои позиции по целому ряду социально-экономических показателей, не показала значимых достижений в сфере ивент-индустрии, оставшись таким образом, практически на прежнем месте в рейтинге событийного потенциала. Воронеж продемонстрировал рост практически по всем параметрам социальной, деловой и туристической активности.

Лидерами по темпу спада стали города: Астрахань, Пермь и Иркутск. Последние 2 города, обладая солидной материально-технической базой для проведения конгрессов и выставок могут, тем не менее, покинуть наш рейтинг ввиду замедления темпов роста экономики, как это уже произошло в случае Нижнего Новгорода, Новосибирска и Красноярска.

Город	Позиция в рейтинге	Динамика
Сургут	1	0
Краснодар	2	+4
Тюмень	3	0
Уфа	4	+4
Сочи	5	-1
Екатеринбург	6	-1
Ставрополь	7	+5
Нижневартовск	8	-6
Южно-Сахалинск	9	-2
Череповец	10	Не входил в ТОП-30
Магнитогорск	11	-11
Белгород	12	-3
Старый Оскол	13	Не входил в ТОП-30
Ростов-на-Дону	14	+3
Братск	15	Не входил в ТОП-30
Казань	16	+9
Липецк	17	Не входил в ТОП-30
Воронеж	18	+10
Тверь	19	-8
Самара	20	+10
Оренбург	21	Не входил в ТОП-30
Стерлитамак	22	Не входил в ТОП-30
Рыбинск	23	Не входил в ТОП-30
Тула	24	0
Ангарск	25	Не входил в ТОП-30
Тольятти	26	Не входил в ТОП-30
Ярославль	27	+2
Астрахань	28	-15
Иркутск	29	-13
Пермь	30	-15

Таблица 4. ТОП-30 рейтинга привлекательности городов.

Источник: Институт территориального развития Урбаника ([urbanica.spb.ru](http://urbanica.spb.ru))

#### 2.4. Результаты анализа по группе 1

Под влиянием негативных внешнеэкономических факторов большая часть инвестиционных проектов в сфере коммерческой недвижимости были заморожены. Таким образом, единственными новыми объектами, пополнившими материально-техническую базу проведения деловых мероприятий, стали открывшийся в конце 2014г. в Воронеже **Expo Event Hall** и Краснодарский **Экспоград-Юг**.

Следствием приостановки инвестиционно-строительных проектов стало развитие комплекса услуг, предоставляемых уже существующими площадками. Целый ряд объектов, ранее не заявлявших в числе своих приоритетов проведение выставочных и конгрессных мероприятий в этом году добавили их в перечень доступных для проведения форматов. Один из примеров - мультифункциональная площадка в ТДЦ «Столица» в Южно-Сахалинске, позиционирующая себя ныне и в качестве конгресс-холла. Подобным же образом поступили в Липецком областном выставочном зале.

По сумме баллов всех показателей лидерами в данной группе стали города: **Сочи, Екатеринбург, Краснодар, Уфа, Ростов-на-Дону, Воронеж.**

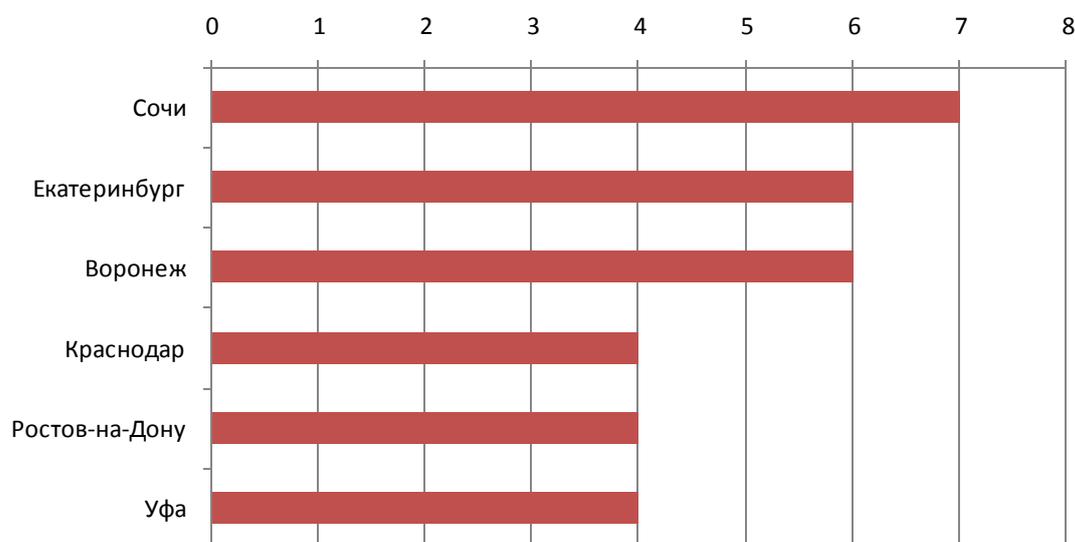


Диаграмма 3. Дестинации с наиболее развитой материально-технической базой

## 2.5. Результаты анализа по группе 2

Практически все рассматриваемые дестинации в 2015г. активно занимались продвижением своих туристических продуктов на региональном, федеральном и международном рынке. В этом вопросе показательна позиция небольших районных центров – Братска, Рыбинска, которые присоединились со своими предложениями к региональным программам продвижения. Малые дестинации, например, Ангарск, разработали программу позиционирования в качестве региональных центров туризма, рассчитывая привлечь местную аудиторию, которая в ближайшее время не планирует выезжать на отдых за пределы региона.

Существенное преимущество при расчете итоговых оценок в данной группе получили дестинации, разработавшие и продвигающие собственный бренд. В их числе оказались: **Сочи, Краснодар, Казань, Ярославль, Белгород, Пермь, Тула, Рыбинск, Череповец, Стерлитамак, Магнитогорск** и Старый Оскол, занявшие таким образом лидирующие позиции в рейтинге по данной группе.

## 2.6. Результаты анализа по группе 3

Многие регионы с интересом изучают российский и зарубежный опыт создания координирующих органов в сфере делового туризма – конвеншн-бюро и туристических информационных центров. В 2015г. в России появилось несколько пилотных проектов на базе уже существующих учреждений – «Центр событий Уфы», ИТЦ на базе туристической фирмы «Метрополь» в Череповце. Поскольку сеть муниципальных и негосударственных информационно-туристических центров в России развивается в течение нескольких последних лет, преимущество при формировании итоговой оценки по этой группе получили города, где активно функционируют именно конгресс-бюро - учреждения, специализирующиеся в сфере привлечения деловых мероприятий. Это города Сочи, Екатеринбург, Ярославль, Казань, Уфа и Тюмень.

## 2.7. Результаты анализа по группе 4

В связи с ограничениями, вызванными политическими и экономическими санкциями в отношении России, в целом по стране существенно снизилось количество проводимых мероприятий высокого уровня. Большая часть таких мероприятий по-прежнему происходит в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи. Единственное мероприятие, попавшее в наш рейтинг в 2015г. – саммит БРИКС и ШОС, прошедший летом в Уфе. По этой же причине трудно оценивать планируемые к проведению мероприятия, поскольку на сегодняшний день достоверно подтверждено только одно мероприятие такого уровня – Чемпионат Мира по футболу 2018, который и оказал самое большое влияние на распределение мест в этой оценочной группе. Лидерами стали города: **Сочи, Екатеринбург, Казань, Ростов-на-Дону, Уфа, Иркутск, Самара.**

## 2.8. Результаты анализа по группе 5

В течение последних двух лет практически в каждом регионе была проведена работа по исследованию и оценке имеющихся объектов, способных создать контент туристического продукта. Результатами этой работы стали новые туристические продукты, включенные в региональные программы продвижения. В каждом регионе рассчитывают 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, кроме малых промышленных городов - Нижневартовска, Братска, Старого Оскола, Ангарска, Магнитогорска, Сургута.

## 3. Методология

### 3.1. Формирование выборки

В основе выборки шорт-лист рейтинга 100 наиболее привлекательных городов России, ежегодно публикуемого институтом территориального развития Урбаника ([urbanica.spb.ru](http://urbanica.spb.ru)). Из этой выборки исключаются города, имеющие очевидные преимущества в исследуемой области - Москва и Санкт-Петербург. В этом рейтинге, в отличие от прошлогоднего, не исключены и малые города – районные центры, поскольку представленный порядок отражает тенденцию развития

внутреннего туристического потенциала российских регионов, являющегося одним из ключевых трендов экономического развития России в этом году.

### 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 крупнейших 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> )

### 3.3. Оценка позиционирования и продвижения региона

**Цель оценки:** определение возможности региона по привлечению туристических потоков

**Вес:** 0,2

Критерии	Методология
<b>Наличие бренда города</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Учитываются только бренды, подтвержденные соответствующим положением о порядке их продвижения или данными о результатах народного голосования.
<b>Наличие программы продвижения</b>	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
<b>Наличие Конвеншн-бюро</b>	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0
<b>Наличие информационно-туристического центра</b>	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
<b>Наличие политики в сфере развития ивент-индустрии</b>	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:** 0,1

Критерии	Методология
Наличие крупных событий в течение последних 5 лет	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.
Наличие запланированных (подтвержденных) крупных событий на период до 3х последующих лет	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Учитываются подтвержденные организаторами заявки на проведение крупных международных событий
Проведение ассоциативных мероприятий в течение последних 5 лет	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Оцениваются события в сегменте ассоциативных встреч по базе данных ИССА
Наличие регулярных событий за последние 10 лет	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:** 0,1

Критерии	Методология
Культурные возможности	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
Рекреационные возможности	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 Уровень рекреационных возможностей оценивался в соответствии с описанием рекреационного комплекса экономики России
Исторические возможности	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0 В процессе оценки учитывались только объекты федерального или международного значения (ЮНЕСКО)

### 3.7. 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.