

DOI 10.31483/r-150250

**Никифорова Алина Александровна,
Каипбекова Саида Валихановна**

МАЛЫЕ ГОРОДА В СИСТЕМЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Аннотация: развитие внутреннего туризма повышает интерес к малым, периферийным городам, которые становятся все более популярны среди туристов. Малые города играют огромную роль в экономике регионов, поддерживают и развивают туризм, сельское хозяйство, промышленность, обеспечивают занятость населения. Их развитие способствует созданию комфортной среды обитания, привлечению туристов, сохранению культурного наследия. Однако малые города сталкиваются с рядом проблем, среди некоторых из них можно отметить недостаточно развитую туристскую инфраструктуру, отсутствие кадров, заинтересованных в сохранение самобытной культуры и ее дальнейшем продвижении, а также недостаточную известность среди потенциальных туристов. Решение проблем, характерных для развития туризма в малых городах, будет способствовать не только притоку туристов в дестинации, но и формированию бренда города, известного за его пределами. Поддержка культурных инициатив на государственном уровне позволяет максимально эффективно взаимодействовать с администрациями городов и вовлекать их в сферу туризма. Комплексный подход в развитии городов направлен на формирование новых стратегий развития в сфере культуры, туризма, сохранения историко-культурного наследия, создания комфортной городской среды. Именно культурный код и культурная идентичность городов выполняют роль фундамента стратегии пространственного развития Российской Федерации.

Ключевые слова: городской туризм, малые города, культурное наследие, туристская инфраструктура, туристские маршруты, посетители.

Abstract: the development of domestic tourism increases interest in small, peripheral cities, which are becoming increasingly popular among tourists. Small cities play a crucial role in the economy of regions, supporting and developing tourism,

agriculture, and industry, and providing employment opportunities. Their development contributes to creating a comfortable living environment, attracting tourists, and preserving cultural heritage. However, small cities face a number of challenges, including a lack of tourism infrastructure, a shortage of personnel interested in preserving and promoting their unique culture, and a lack of awareness among potential tourists. Solving the problems typical of tourism development in small cities will not only contribute to the influx of tourists to the destination, but also to the formation of a city brand that is known beyond its borders. Supporting cultural initiatives at the state level allows for the most effective interaction with city administrations and their involvement in the tourism sector. A comprehensive approach to urban development aims to create new strategies for cultural, tourism, and historical heritage preservation, as well as for creating a comfortable urban environment. The cultural code and cultural identity of cities serve as the foundation for the spatial development strategy of the Russian Federation.

Keywords: *urban tourism, small cities, cultural heritage, tourist infrastructure, tourist routes, visitors.*

Внутренний туризм, ставший одним из актуальных направлений сферы туризма, привлекает внимание к городским пространствам, формируя их как туристские дестинации и развивая такое направление как городской туризм. При этом, туристский интерес проявляется не только к крупным городам, традиционным туристским меккам – таким как Москва, Санкт-Петербург или Казань, но распространяется и на малые, периферийные города.

Городской туризм способствует культурному обмену, позволяя людям из разных уголков мира знакомиться с традициями и обычаями других народов. Можно также говорить о том, что городской туризм пересекается с такими уже ставшими традиционными видами, как культурный, событийный, экологический и гастрономический туризм.

Повышение осведомленности о том, что многие туристы активно ищут личного участия, обучения во время путешествий, проявляется во всем мире в росте

экспериментальных туристских инициатив, ориентированных на таких туристов, способствуя развитию креативного кластера на территории региона, в первую очередь, за счет разнообразных событийных мероприятий. Фестивали и мероприятия существенно влияют на образ городов и восприятие мест, помогая туристам знакомиться с историей, ремеслами и народным творчеством региона. В связи с этим, некоторые города целенаправленно развиваются через маркетинг фестивалей и творческих мероприятий для лучшей интеграции местной креативной индустрии с экономикой региона.

В изменяющихся условиях развития туризма, особое внимание уделяется туризму в малых городах, которые не только развивают инфраструктуру, но и создают новые туристские маршруты, привлекательные для туристов, становясь центрами сохранения культурного наследия, в первую очередь аутентичной культуры и традиций. При этом знакомство с особенностями национальной культуры позволяют сформировать национальное сознание, являющееся особой областью взаимоотношений, приводит народ к духовному развитию [4].

Под «малым городом» принято понимать город, реже сельское поселение, с населением до 50 тыс. жителей, имеющий четкое положение в структуре территориальных образований [7]. Развитие туризма в малых городах России базируется на их самобытности, компактности территории, туристской «неизбалованности» и смещении туризма в регионы. Несмотря на значительную численность малых городов и их территориальную разбросанность, наиболее посещаемыми являются те из них, которые, как правило, находятся вблизи крупных субъектов РФ. Так наибольший интерес проявляется к городам, расположенным вокруг столичных центров, – г. Москвы, Санкт-Петербурга и ряда городов – миллионеров; данная тенденция характерна для городов центральных областей и северо-запада страны (Ярославская, Владимирская, Новгородская, Тверская).

Туризм в малых городах находит поддержку на правительственном уровне, о чем свидетельствуют соответствующие положения принятой на срок до 2030 года с прогнозом до 2036 года «Стратегии пространственного развития Российской Федерации» [11]. В числе приоритетных государственных программ

культурной политики Российской Федерации определяется и сохранение объектов культурного наследия и возрождение традиционной культуры, чем особо богаты малые города. Основные направления развития сферы туризма отражены в Стратегии развития туризма в России до 2035 года, которая вступила в силу с начала 2020 года. Результатом реализации стратегии должен стать существенный рост туристской индустрии и экспорта туристских услуг [9].

Развитие малых городов находится также под патронажем Ассоциации малых туристских городов, созданной в 2007 году. Инициаторами ее создания стали главы Углича и Суздаля, а среди первых городов были – Азов, Боровск, Гороховец, Елабуга, Елец, Каргополь, Кунгур, Мышкин, Соликамск, Таруса и Тобольск [5]. Сегодня в объединении 20 городов – Урала, Поволжья, центральных регионов. Самый северный – Каргополь, самый южный – Азов, а самый восточный – Кяхта в Забайкалье [3].

Деятельность Ассоциации малых туристских городов направлена на оказание содействия в области развития сферы туризма и гостеприимства на всех уровнях государственной власти и на продвижение туристского потенциала городов-членов ассоциации, в том числе представление интересов городов в федеральных и региональных органах власти [1].

Однако не все малые города могут вступить в ассоциацию. В 2024 году были пересмотрены критерии с учетом современных реалий, главными которых стали: заинтересованность администрации города в туризме как одной из приоритетных сфер экономики, наличие команды для развития туризма и наличие активного бизнес-сообщества. А инициатива вступления в ассоциацию должна исходить от главы города, ведь очень многое в развитии территории идет от власти при участии бизнеса [3].

С 2015 года организацией ежегодно проводится фестиваль малых туристских городов, тематика и география проведения которого каждый год различна (Углич, Елабуга, Тобольск, Азов и др.), но неизменно одно – сохранение принципа размерности (величины) населенного пункта.

Как отметил вице-президент Ассоциации малых туристских городов Игорь Эрикович Кехтер «для каждого города участие в Фестивале – это повышение планки для себя и культурного сообщества в городе. Фестиваль малых городов работает на синхронизацию мероприятий по развитию туризма, созданию комфортной городской среды на культурном фундаменте малых городов» [15].

За несколько лет реализации фестиваля, он стал стандартом качества, к которому готовятся на протяжении всего года. Фестиваль ежегодно включает пять базовых элементов: посольский двор малых городов, творческая презентация малых городов, костюмированное шествие малых городов, закладка сада или малых архитектурных форм, обучающая программа для глав малых городов.

Стратегия фестиваля, разработанная представителями Ассоциации на десятилетие вперед, ориентируется на внедрение новых подходов к событийному и культурному программированию малых городов. Уже сегодня отмечается неоценимый опыт, полученный каждым из городов. так, к примеру, Углич, сменив формат дня города на фестиваль, получил возможность позиционировать его как культурно-туристское городское событие. Елабуга продолжает развиваться в сфере ремесел, транслируя опыт работы мастерского двора с обучающей составляющей. Суздаль и Азов в стратегии развития сделали упор на гастрономическое наследие города, предложив формат *slow food*. Тобольск популяризирует нематериальное наследие, связанное с именами великих тоболяков. Елец продемонстрировал проекты по формированию локального меню, взяв за основу рецепты из знаменитых литературных произведений земляков, и перезапустил общественное пространство на основе культурной реконструкции [15].

Культурное разнообразие малых городов приводится в синхрон, поскольку фестиваль базируется на культурной идентичности города. За годы проведения фестиваля 60 творческих коллективов, 140 мастеров, а также специалисты в области культуры обменялись опытом и познакомились с культурной повесткой и форматами работы в пяти регионах страны.

Развитие туризма в малых городах также периодически обсуждается в ходе работы круглых столов, участие в которых принимают представители

правительства и бизнеса. Одним из подобных круглых столов «Малые города с большим историческим прошлым – форпосты культурного, духовного и нравственного наследия России» прошел на площадке Общественной палаты России в феврале 2025 года. В ходе встречи эксперты обсудили механизмы взаимодействия государства и бизнеса в сфере продвижения малых исторических городов. Участники обменялись опытом реализации проектов по возрождению традиций и культурных ценностей мест, а также представили результаты проведения событийных мероприятий, нацеленных на развитие населенных пунктов, привлечение туристического потока и повышение инвестиционной привлекательности.

В своем выступлении модератор встречи, председатель Комиссии Общественной палаты РФ по территориальному развитию, городской среде и инфраструктуре Андрей Максимов отметил, что «малые города – это резервуары для сохранения культурного, духовного и нравственного наследия. В период развития индустриализации малые города не были затронуты, и это позволяет им сегодня стать историческими точками притяжения, потому что аутентичность является ресурсом для их развития. Недостаточно развития городской среды и создания новых общественных пространств, малые города не могут жить на внутренних ресурсах, они нуждаются в привлечении внешних потребителей. Нужно стимулировать развитие внутреннего туризма, активнее включать малые исторические города в крупные туристические проекты и помогать муниципалитетам возрождать свои территории, привлекая дополнительные средства» [10].

Развитие туризма в малых городах России характеризуется рядом особенностей, а именно [13]:

- 1) монопрофильность города, формирующаяся за счет специализации города;
- 2) наличие рекреационных ресурсов, что определяет их туристскую привлекательность;
- 3) рейтинг малых городов, отражающий показатели количества туристских прибытий, и их соотношение с числом местных жителей;

4) территориальность, как фактор, повышающий туристскую ценность малых городов;

5) включение малых городов в межрегиональные в том числе брендовые, туристские маршруты, как фактор позиционирования их туристских возможностей на рынке;

6) краткосрочность туристских прибытий в малых городах;

7) информационное обеспечение развития туризма в малых городах России через так называемые туристско-информационные центры. Подобные центры уже функционируют в таких городах как Углич, Суздаль, Мышкин, Старая Русса, Елец, Переславль-Залесский, Городец, Гороховец и др., способствуя формированию благоприятного туристского имиджа территорий.

Особенностью каждого из малых городов являются небольшие частные музеи, которые призваны передать колорит российской провинции. Спрос на такие музеи достаточно велик и пользуется у гостей популярностью. Здесь в оригинальной интерактивной форме рассказывают посетителям о местных обрядах и обычаях, традициях национальной кухни, фольклоре, мифических героях, крестьянском и купеческом быте. К примеру, в данных городах можно увидеть музей истории русской водки, дегустации медовых настоев, музей купеческого быта, русских валенок, местных ремесел, которые призваны передать атмосферу того времени [2].

Одной из актуальных сегодня идей, позволяющих продвигать музеи, является их включение в национальные брендовые маршруты, реализуемые на территории ряда регионов. За последние несколько лет в России были официально запущены несколько национальных музейных маршрутов и проектов, объединяющих музейные комплексы и объекты туристской инфраструктуры [5]. Первым подобным маршрутом в 2015 году стал маршрут «Серебряное ожерелье России», включающий сегодня 11 регионов страны. В 2017 году появился Императорский маршрут, объединивший десять городов центральной России, Урала и Сибири, в которых пребывали члены семьи Романовых. В том же году была предложена идея создания тура «Россия – Родина космонавтики» объединяющего Москву,

Московскую область, Калугу и Санкт-Петербург. Маршрут предполагает посещение Звездного городка, Музея космонавтики имени Юрия Гагарина, Центра управления полетами и калужского Боровска, где жил Циолковский [8].

Туроператоры разработали и успешно внедряют туры с проведением мастер-классов, интерактивных программ и экскурсий, как отличную возможность познакомиться с традициями, историей, промыслами и другими аспектами неповторимого колорита различных регионов России. Национальные поселки, как природные объекты, при современном уровне развития могут быть использованы для удовлетворения рекреационных потребностей населения [14].

Для формирования конкурентоспособности малые города применяют нестандартные решения и креативные подходы, при этом особое внимание уделяется взаимодействию бизнеса, местных сообществ и органов власти, что позволяет создавать синергию и усиливать эффект развития туриндустрии. Подтверждением динамики отрасли стал Международный туристский форум «Путешествуй!», который прошел в июне 2025 года на ВДНХ. Впервые на одной площадке были представлены 89 субъектов России, 140 экспозиций и свыше 400 организаций [6].

Однако, развитие малых городов связано с рядом проблем, среди которых недостаточность туристской инфраструктуры (транспортная доступность, нехватка качественных гостиниц и ресторанов, отсутствие комплексных маркетинговых стратегий для продвижения туристского потенциала), а также риск потери уникальности и аутентичности в стремлении к современным форматам оформления городских пространств.

Зачастую туристы отмечают однотипность решений в дизайне пешеходных зон, освещении или сувенирной продукции, что влияет на снижение привлекательности и узнаваемости территорий. Решением данной проблемы может стать привлечение к разработке маркетинговых концепций местных специалистов – носителей культурных смыслов и традиций региона, что позволит избежать шаблонности и поддержать аутентичность культуры, сформировав запоминающиеся элементы.

Для решения проблемы, связанной с развитием инфраструктуры, Правительством РФ реализуется ряд мер, среди которых льготное кредитование, направленное на строительство 367 гостиниц с общим номерным фондом 78 тысяч. Также активно развиваются модульные средства размещения, включающие сегодня порядка 13 тысяч номеров, с перспективой создания еще 11 тысяч новых номеров в 55 регионах [6].

Туристский рынок малых городов обладает значительным потенциалом и разнообразным спросом, что подтверждают данные по посещению туристами ряда регионов. Положительные примеры продвижения малых городов посредством маркетинга можно найти в Нижегородской области. Так в 2024 году более 700 тысяч туристов посетили Арзамас – один из ключевых туристских центров региона, чему способствовала публикационная активность в СМИ и соцсетях. Маркетинговая концепция с определением внутренней и внешней аудитории, использование базовых и креативных методов продвижения, а также грамотная коммуникационная кампания стали основой роста турпотока в городах Арзамас, Городец, Семенов, Выксу и Большое Болдино.

Для развития малых городов необходимы комплексные меры, включающиеся в себя как продвижение в СМИ, формирование качественной инфраструктуры обслуживания, так и создание узнаваемого бренда. Символ города обычно используют в разнообразных сувенирах, таких как футболки, ручки, кепки, магнитики. Но, зачастую, они однотипные, а со стороны туристов есть спрос на что-то более оригинальное и посвященное конкретному городу.

Классическим примером удачного формирования туристского бренда в малых городах является город Мышкин, известный своей легендой о мышке, спасшей князя от смерти [5].

Отсчет становления туристской отрасли в Мышкине начинается с первого «Фестиваля Мыши 1996», для которого и была создана легенда о появлении названия города. Мышкин стал музеем под открытым небом с известным брендом, созданным с нуля. Благодаря планомерному созданию сказочного мышинного царства, мыши в городе появились повсюду – от самого известного Музея

Мыши, с более чем 10 000 экспонатов мышей, до информационных указателей. Грамотное продвижение в средствах массовой информации сформировало постоянный поток российских и иностранных туристов.

Также примером успешного бренда является Абрау-Дюрсо, при тесном взаимодействии предпринимателей и властей винная компания стала самой посещаемой в мире.

Город Выборг для привлечения туристов использует средневековый символ – выборгский крендель, а также проведение рыцарских турниров. Крендель был придуман еще в XVI веке на основе рецепта, привезенного из Ревеля, его делают не только съедобным, но и в виде различных сувениров: магниты, украшения, статуэтки.

Особую роль для продвижения малых городов играют событийные мероприятия – разнообразные общественные события, редкие природные явления привлекают своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество отечественных и зарубежных туристов. К примеру, в Калмыкии каждый год проводят фестиваль цветения тюльпанов в степи. Посмотреть на них съезжаются множество туристов. А Елабуга с давних времен славилась шумными ярмарками, они проводились трижды в год. Самая большая из них – Спасская, которая проходила на Соборной площади с 15 по 25 августа. Сегодня Спасская ярмарка стала своеобразным брендом Елабуги, праздником, куда приезжают сотни тысяч туристов со всех уголков России [5].

Развитие туристского бренда малых городов тесно связано с аутентичностью самой территории и позволяет не только сохранять уникальную культуру, но и популяризировать ее, а открывая маршруты по таким городам, можно познакомиться с культурным наследием страны. Можно назвать ряд маршрутов, которые помогут узнать страну с новой стороны [12]:

– маршрут по малым городам Золотого кольца, который позволит познакомиться с древними городами с богатым культурным наследием, в него могут быть включены:

- Гороховец (Владимирская область) – предоставит возможность познакомиться с аутентичными купеческими домами и старинными монастырями;
- Плес (Ивановская область) – небольшой живописный городок, который стал вдохновением художника Исаака Левитана;
- Торжок (Тверская область) – познакомит с деревянными домами, монастырями и музеем золотного шитья;
- *Карельский маршрут с посещением следующих городов:*
- Сортавала – город на берегу Ладожского озера, известный своими скалистыми берегами и близостью к острову Валаам;
- Кондопога – известна своими водопадами и деревянными храмами, а также одним из красивых деревянных храмов России – Церковью Успения Пресвятой Богородицы;
- Медвежьегорск – город с историческими памятниками и выходом к Онежскому озеру, известный Беломорскими петроглифами.
- *Сибирский маршрут.*
- Тобольск (Тюменская область) – единственный каменный город за Уралом с историческими музеями и памятниками декабристам;
- Енисейск (Красноярский край) – старинный город с сохранившейся древней архитектурой;
- Минусинск (Красноярский край) – место с богатой историей и археологическими находками древних времен.

Историческая атмосфера, самобытная архитектура и природные красоты становятся главным фактором путешествия по малым городам, а маршруты по их территории позволяют познакомиться с истинным духом России: от древних крепостей и купеческих домов до живописных рек, лесов и скалистых берегов

Путешествие по малым городам – это уникальная возможность стать не только свидетелем, но и активным участником самых разнообразных событий культуры, искусства и спорта. А праздники в малых городах позволяют окунуться в яркий мир всенародных гуляний, ближе познакомиться с национальной культурой и историей.

Список литературы

1. Ассоциация малых туристских городов. Информация о нас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://amtg-rus.ru/about/deyatelnost/> (дата обращения: 15.09.2025).

2. Габдрахманов Н.К. Специфика развития туризма в малых и средних городах России / Н.К. Габдрахманов, В.А. Рубцов // Сервис в России и за рубежом. Сетевой научный журнал. – 2017. – Т. 11. №7 (77). – С. 55–64.

3. Анучин К. Малые города только на первый взгляд кажутся похожими – у каждого свое лицо / К. Анучин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rst.ru/novosti/intervyu-i-mneniya/konstantin-anuchin-malye-goroda-tolko-na-pervyj-vzglyad-kazhutsya-pohozhimi-u-kazhdogo-svoe-lico.html?ysclid=mfjwe9f2iz684071438> (дата обращения: 15.09.2025).

4. Каипбекова С.В. Патриотическое воспитание молодежи / С.В. Каипбекова // Организация работы с молодежью: теория и практика: сборник материалов Всероссийской студенческой научно-практической конференции, Якутск, 22 апреля 2023 года / редколл.: М.Н. Егоров, С.В. Михайлова, А.А. Яковлев. – Якутск: Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, 2023. – С. 111–115. – EDN PPNHFV.

5. Ленская В.М. Развитие туризма в малых городах России / В.М. Ленская // Молодой ученый. – 2020. – №20 (310). – С. 380–383. EDN QAINZG

6. Малые города в центре трансформации российского туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://technosuveren.ru/malye-goroda-v-czentre-transformaczii-rossijskogo-turizma/> (дата обращения: 15.09.2025).

7. Малые города: 2020/2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archi.ru/russia/85702/malyegoroda> (дата обращения: 15.09.2025).

8. Никифорова А.А. Музеи в туристском пространстве регионов / А.А. Никифорова // ЦИТИСЭ. – 2022. – №2 (32). – С. 367–373. DOI 10.15350/2409-7616.2022.2.32. EDN MGWCVU

9. Никифорова А.А. Организация туристской деятельности в кризисный период / А.А. Никифорова, О.В. Чернявская. – Нижневартовск: Нижневартовский

государственный университет, 2021. – 111 с. – ISBN 978-5-00047-616-1. – EDN QFTPBB.

10. Нужно активнее включать малые города в крупные туристические проекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oprf.ru/news/nuzhno-aktivnee-vklyuchat-malye-goroda-v-krupnye-turisticheskie-proekty--andrey-maksimov> (дата обращения: 15.09.2025).

11. Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2036 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_495567/ (дата обращения: 15.09.2025).

12. Популярные маршруты по малым городам России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://companies.rbc.ru/news/3oWEGwb157/populyarnyie-marshrutyi-po-malyim-gorodam-rossii/?ysclid=mfi6a77wf524640298> (дата обращения: 15.09.2025).

13. Рысаева М.А. Особенности и перспективы развития туризма в малых городах России / М.А. Рысаева, И.А. Рысаева // Настоящее и будущее России в меняющемся мире: общественно-географический анализ и прогноз: материалы международной научной конференции (XII Ежегодная научная Ассамблея АРГО) (Ижевск, 13–18 сентября 2021 года). – Ижевск: Удмуртский университет, 2021. – С. 894–899. EDN LHGICM

14. Скульмовская Л.Г. Этнодеревня как одно из направлений развития сельского туризма (на примере нижевартовского района ХМАО–Югры) / Л.Г. Скульмовская, А.А. Никифорова // Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы: V международная научно-практическая конференция. – 2016. – С. 111–115. EDN WGKAFL

15. Фестиваль малых городов – эффекты и результаты национального проекта «Культура» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elabuga.com/news2019/october2019/_smallTownFestival.html (дата обращения: 15.09.2025).

Никифорова Алина Александровна – канд. культурологии, доцент кафедры экономических и социально-гуманитарных наук ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет», Нижневартовск, Россия.

Каипбекова Саида Валихановна – ассистент кафедры экономических и социально-гуманитарных наук ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет», Нижневартовск, Россия.
