

УДК 338.48 EDN: VHTNTN
DOI: 10.5281/zenodo.14955834

ШМЫТКОВА Анна Валериевна

*Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, РФ)
старший преподаватель; e-mail: annav1109@mail.ru*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ РОССИИ

Малый город – это город с численностью населения не более 50 тыс. чел. Целью исследования является анализ особенностей развития туризма в малых городах России. Обоснована значимость необходимости продвижения туристского потенциала малых городов, как технологии сохранения и приумножения уникального культурного наследия России, а также создания позитивного туристского имиджа регионов России на мировом и внутреннем туристских рынках. Рассмотрены факторы, сдерживающие развитие туризма в малых городах России на современном этапе. Проанализированы меры, способствующие продвижению малого города в качестве туристской дестинации. Сделан вывод, что в настоящее время туристический потенциал малых городов используется не в полной мере и во многих случаях не рассматривается как ресурс экономического развития.

Ключевые слова: *малые города, туристские ресурсы, туризм, культурное наследие*



Для цитирования: Шмыткова А.В. Особенности развития туризма в малых городах России // Сервис в России и за рубежом. 2024. Т.18. №5. С. 176–185. DOI: 10.5281/zenodo.14955834.

Дата поступления в редакцию: 22 октября 2024 г.

Дата утверждения в печать: 20 декабря 2024 г.

Anna V. SHMYTKOVA

*Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)
Senior Lecturer; e-mail: annav1109@mail.ru*

FEATURES OF TOURISM DEVELOPMENT IN SMALL TOWNS OF RUSSIA

Abstract. *A small town is a town with a population of no more than 50 thousand people. The purpose of the study is to analyze the features of tourism development in small towns in Russia. The significance of the need to promote the tourist potential of small towns as a technology for preserving and enhancing the unique cultural heritage of Russia, as well as creating a positive tourist image of Russian regions in the global and domestic tourist markets is substantiated. The factors hindering the development of tourism in small towns in Russia at the present stage are considered. The measures promoting the promotion of a small town as a tourist destination are analyzed. It is concluded that at present the tourist potential of small towns is not fully utilized and in many cases is not considered as a resource for economic development.*

Keywords: *small towns, tourist resources, tourism, cultural heritage*



Citation: Shmytkova, A. V. (2024). Features of tourism development in small towns of Russia. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 18(5), 176–185. doi: 10.5281/zenodo.14955834. (In Russ.).

Article History

Received 22 October 2024
Accepted 20 December 2024

Disclosure statement

No potential conflict of interest
was reported by the author(s).



© 2024 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение

В России последнее время появляется восприятие территории малого исторического города как значимой ценности культурного наследия. Ежегодно внимание к малым историческим городам возрастает, о чём свидетельствуют статистические данные, интерес средств массовой информации, проведение научных мероприятий, посвящённых проблемам и перспективам развития малых городов.

Малый город – это город с численностью населения не более 50 тыс. чел [2]. В России в настоящее время 788 малых городов, в которых проживают 20 млн. чел., или 16% населения страны. Сегодня в стране имеется ряд активно позиционирующих себя малых городов, каждый из которых оказывает влияние на экономическое развитие своего субъекта. В России насчитывается 257 исторических городов, а 70 являются наукоградами¹.

Последние годы ситуация в туристской отрасли России претерпела значительные изменения: экономический кризис, введение различных санкций, снижение реальных доходов населения, пандемия привели к переориентации туристов на внутренние направления туризма. Посещение малых городов включает в себя элементы культурного, экологического, сельского видов туризма, которые пользуются популярностью у потенциальных туристов. В малые города туристы, как правило, приезжают в выходные или праздничные дни, что также соответствует запросам современных туристов.

В настоящее время туристский потенциал малых городов России используется не в полном объёме. Возрождение и развитие малых городов, рост их культурной и хозяйственной роли, как центров районов, является важной задачей [1]

Около 70% малых и средних городов являются центрами районов, в них локализована базовая инфраструктура для окружающих

поселений. Для многих малых городов туризм способен стать драйвером социально-экономического развития. Важную роль в этом играет культурное наследие, аутентичность городов и самоидентификация их жителей.

В настоящее время в туризме приобретает значение индивидуальность объектов показа. Общественные инициативы наравне с государственной поддержкой становятся важной предпосылкой для развития малых городов.

В 2007 г. создана Ассоциация малых туристских городов. В Ассоциацию вошли следующие города: Азов, Боровск, Гаврилов Посад, Гороховец, Елабуга, Елец, Каргополь, Кунгур, Мышкин, Соликамск, Суздаль, Таруса, Тобольск, Углич, Сарапул и Верхотурье. Совокупный туристский поток в города, входящие в Ассоциацию малых туристских городов, за 2023 г. составил около 8 млн туристов. Лидерами по числу туристов на одного жителя среди малых городов являются Плёт в Ивановской области (173 туриста) и Суздаль во Владимирской области (162 туриста)¹.

Таким образом, поскольку индустрия туризма в России расширяется, многие малые города предпочитают использовать это как способ развития их экономики и сохранения жизни их сообществ. Многие малые города обладают значительными туристско-рекреационными ресурсами и могли бы стать достойной альтернативой известным зарубежным направлениям, по крайней мере, в сегменте туров выходного дня.

Обзор литературы

В литературе ведутся дискуссии по поводу, в какой степени туризм влияет на экономический рост малых городов, а также о том, как связанные с этим трансформации воспринимаются жителями малых периферийных поселений, и о том, как такие изменения формируют местную идентичность.

Несомненно, малые города трансфор-

¹ Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 08.08.2024).

мируются под воздействием местного туризма. Пирс полагает, что повышенное внимание уделяется оценке роли, которую туризм может играть в развитии и воздействии на более отдалённые периферийные районы [12]. Литература о том, как социальные, экономические, экологические и демографические структуры местных сообществ изменяются в результате роста туризма, различается по своему акценту.

Касадо предполагает, что, туризм является основным генератором роста, он действует как агент развития и изменений [6]. Ридер и Браун утверждают, что развитие рекреации и туризма стало популярным средством экономического развития, и этот тип развития имеет потенциал радикально преобразовать застойные малые города и превращать их в процветающие [13]. Шарпли [14] и Винклер и др. [15] утверждают, что на самом деле именно туризм обеспечивает потенциал для экономического и социального возрождения малых городов, часто в ответ на снижение роли аграрной экономики. Один из примеров этих сдвигов в экономике был отмечен Касадо на примере Флагстаффа, штат Аризона [6]. Здесь ранее мелкие отрасли, такие как сельское хозяйство, лесное хозяйство, горнодобывающая промышленность и железнодорожный транспорт, пережили упадок, и когда их в конечном итоге заменила туристическая экономика, Флагстафф стал популярным туристическим направлением.

Бескулидес и др. полагает, что «акт представления своей культуры посторонним укрепляет представление о том, что значит жить в сообществе, тем самым увеличивая идентичность, гордость, сплочённость и поддержку» [5]. Мейсон и Чейн утверждают, что обеспокоенность принимающего сообщества по поводу туристической индустрии обычно возникает на относительно небольших территориях с достаточно чётко определёнными границами, где развитие туризма воспринимается как вторжение в статус-кво и идентичность сообщества [11]. Они также полагают, что небольшие

сообщества, скорее всего, будут негативно реагировать на развитие туризма, поскольку для них оно будет более заметным, чем события, происходящие в более густонаселённых районах.

Хуанг и Стюарт [9] предполагают, что, когда развитие туризма приводит туристов в устоявшееся сообщество, существует вероятность вторжения одной культуры в другую, а жителей – потерять общую идентичность. Харрилл утверждает, что жители, которые живут в данном месте в течение длительного времени, могут в конечном итоге иметь положительное восприятие развития туризма благодаря возможностям получения экономической выгоды и сохранения исторического наследия [8].

Андерек и др. также утверждают, что индустрия туризма значительно влияет на жизнь жителей принимающего города [4]. Гурсой и др. предполагают, что как только сообщество становится «туристской дестинацией», качество жизни местных жителей резко меняется, и они страдают от последствий развития туризма [10]. Хуанг и Стюарт утверждают, что развитие туризма может дать малым городам совершенно иной мир и потенциально может существенно повлиять и изменить образ жизни в малых городах [9]. Они утверждают, что в малых городах, где личные отношения воспринимаются жителями как значительно более тесные, чем в крупных городских районах, понимание влияния развития туризма на общественную солидарность является необходимой областью для дальнейших исследований.

Гурсой и Юровский объясняют, что многие общины поощряют развитие туризма, полагая, что это улучшит качество их жизни [10]. Хуанг и Стюарт добавляют, что туризм способствует контактам между людьми разного происхождения, тем самым расширяя горизонты ранее изолированных сообществ [9]. Исследование Харрилла выявило изменение отношения жителей малых городов к развитию туризма и описывает реакцию сообщества, которую можно наблюдать во многих местах [8].

Его исследования показывают, как сообщества, наводнённые туристами и туристическими предприятиями, будь то постоянными или сезонными, могут развивать отвращение к развитию туризма, чем более продвинутом оно становится.

Ди Стефано подчёркивает важность роста туризма при строгом местном управлении, чтобы обеспечить наилучшие возможные результаты для жителей и избежать какого-либо ущерба для общества [7]. Эту идею поддерживает Шарпли, который признает, что крайне важно, чтобы развитие туризма и управление им осуществлялись на местном уровне городскими общинами для сохранения «природы» малого города [14].

Шарпли утверждает, что развитие туризма в малых городах должно быть сделано в соответствии с индивидуальными, местными или региональными потребностями развития, возможностями и ограничениями. В его поддержку Ди Стефано [7] предполагает, что проектировщикам и разработчикам необходимо понимать, что туризм развивается по-разному в каждом малом городе, и необходимо признать важную роль, которую местные сообщества играют в продвижении собственного туризма.

Дискуссия и результаты исследования

С начала 1990-х гг. малые города России оказались в ситуации крайней уязвимости. Ввиду узкоспециализированного производства и ограниченного рынка труда, а также в силу отсутствия перспектив для своего дальнейшего развития, молодёжь стремилась к переезду в большие города. Малые города характеризовались постоянным оттоком трудовых ресурсов и уменьшения численности населения. Вместе с тем, перед администрациями малых городов встал вопрос поиска новых вариантов развития территории.

Малые города обладают значительным туристско-рекреационным потенциалом. Их

конкурентное преимущество — сохранившаяся историческая среда уездных городов. Современному развитию туризма способствует рост интереса населения к своему историческому наследию. Многие малые города являются историческими. В соответствии со статьёй 59 Федерального закона №73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», историческим поселением является населённый пункт или его часть, в границах которых расположены объекты культурного наследия, включённые в реестр, выявленные объекты культурного наследия и объекты, составляющие предмет охраны исторического поселения².

Так, например, Суздаль во Владимирской области — древнерусский малый город, жемчужина «Золотого кольца», город-музей, традиционно ассоциирующийся с православной культурой. Ядро города — старинный кремль X века, расположенный в излучине реки Каменки. Сегодня он относится к Музейному комплексу Кремль и принадлежит Владимиро-Суздальскому музею-заповеднику. Ещё один древнейший памятник Суздаля — белокаменный Богородице-Рождественский собор нач. XIII в., находящийся на территории Кремля. Белокаменные памятники Суздаля входят в список культурного наследия ЮНЕСКО.

Таруса — город в Калужской области, известный с XIII в., родовое место семьи матери Петра I — Натальи Нарышкиной. Город имеет статус природно-архитектурного заповедника, внесён в перечень исторических городов России. Туристы посещают музей семьи Цветаевых, картинную галерею, историко-краеведческий музей, дом-музей В.А. Ватагина, мемориальный дом-музей К.Г. Паустовского, музей-мастерскую Эдуарда Штейнберга. В Тарусе интерес представляет «Зайцевский парк». Территория оврага парка благоустроена и застроена арт-объектами, а также частный музей Сергея

² Федеральный закон от 25.06.2002 №73-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации». URL: <https://consultant.ru>

Жарова, прославившийся железными экспонатами. В Тарусе проходят и ежегодные праздники: с 1993 г. – Музыкально-художественный Фестиваль Фонда Святослава Рихтера.

Каргополь – город в Архангельской области на берегу реки Онеги. Туристский интерес представляет Каргопольский историко-архитектурный и художественный музей, в составе которого 13 зданий, 8 из которых являются памятниками истории и культуры федерального значения. Главная святыня – Христорожественский пятиглавый белокаменный собор, заложенный в 1552 г. при Иване Грозном. Одной из красивейших церквей считается Благовещенская, построенная в 1692 г. Соборная колокольня была возведена в 1767–1778 гг. в честь Екатерины II. В Каргополе ежегодно проходит зимний фестиваль «Хрустальные звоны», собирая звонарей из разных уголков страны и зарубежья. В доме-музее семьи Шелелевых расположен музей уникального народного промысла каргопольской глиняной игрушки.

Гаврилов Посад – город, расположенный в Ивановской области. Достопримечательностью города является здание конезавода – памятник екатерининской эпохи. Кирпичное строение с узнаваемым шпилем было рассчитано на 500 лошадей. Сегодня на территории комплекса действует Музейно-дегустационный центр «Дворцовый завод». В городе работает Краеведческий музей, функционирует старинный монастырский храмовый комплекс «Ильинское подворье» и церковь Ильи Пророка, благоустроена Советская площадь и набережная. Сохранились здания Пожарного депо и бывшего ресторана купчихи Бессоновой (XIX – нач. XX вв.).

В промышленных городах и наукоградах (Пущино, Протвино) объектами показа служат промышленные предприятия и научно-исследовательские институты, что в свою очередь способствует развитию научно-популярного туризма. Индустриальные здания, такие как корпуса заводов, цеха – часто находятся в центре малых промышленных городов.

Превращение неиспользуемых пространств в точки притяжения туристов, – процесс, характерный не только для крупных городов. Так, например, в городе Сысерть Свердловской области на территории заброшенного металлургического завода появился творческий кластер «Лето на заводе», территория трансформировалась в центр городского досуга, привлекающий туристов фестивалями, культурными мероприятиями, экскурсиями и мастер-классами, на которых гостей знакомят с историей города и его традиционных производств.

Сдерживающими факторами развития туризма являются: отток местного населения из малых городов; слабо развитая социальная и туристская инфраструктура; недостаточное количество и качество объектов развлечения; неудовлетворительное состояние объектов показа; невысокое качество сервиса вследствие нехватки профессиональных кадров; недостаточное продвижение туристского продукта в регионе и в стране в целом.

На развитии туризма в малых городах оказывают влияние и климатические условия в нашей стране, определяющие значительные колебания туристского потока в течение года. Разрыв по числу размещённых лиц в средствах размещения в «высокий» и «низкий» сезоны в некоторых малых городах может превышать два раза. Вместе с тем существует положительный опыт диверсификации предложения туристам, которые посещают малые города в зимний сезон, например создание горнолыжного курорта «Пужалова гора» в центре исторического города Гороховец и горнолыжного комплекса «Миловка» в городе Плёс. Великий Устюг в 1999 г. был объявлен родиной всероссийского Деда Мороза, благодаря чему стал популярным центром семейного туризма в зимний период.

В последнее десятилетие в сфере туризма малых городов России, которые располагают значимыми туристско-рекреационными ресурсами, произошли значительные изменения. В условиях рыночной экономики и с приходом частных инвестиций проблема

нехватки мест для размещения туристов, стала решаться [3]. Так, например, число мест в коллективных средствах размещения в Переславле-Залесском (Ярославская обл.) возросло с 2014 по 2023 гг. в 3,2 раза, а в городе Шуя (Ивановская обл.) за тот же период – в 2,5 раза³.

На развитие туризма в малых городах значительное влияние оказывает транспортная доступность и логистика, связывающая малый город с городами-донорами туристов. К примеру, на территории Владимирской области сконцентрировано множество малых городов с богатым историческим наследием, в их числе: Суздаль, Гороховец, Муром, Ковров, Боголюбово, Александров, Гусь-Хрустальный, Карбаново, Киржач, Кольчугино, Петушки, Покров, Струнино, Вязники, где уровень развития транспортной инфраструктуры недостаточен. Эта проблема решается в рамках национального проекта «Безопасные качественные дороги». Всего во Владимирской области в 2023 г. отремонтировано 138 км дорог регионального и муниципального значения.

Создание условий для развития туристской отрасли требует согласованных усилий со стороны власти, общества и местного бизнеса. Например, в городе Плёс Ивановской области, предприниматели создали множество разнообразных гастрономических заведений, отельную инфраструктуру, а местная администрация приняла решения о сохранении облика города и запрете на строительство вне определённых параметров: этажности, материалов строительства, цвета крыш. Это создание уникальности, которое имеет системный характер.

Для привлечения туристов в малые города необходимо проводить следующие мероприятия: осуществление систематической информационной кампании в электронных и печатных средствах массовой информации; создание конкурентоспособного цифрового

контента и наполнение информационного ресурса; организация и проведение международных общероссийских туристских выставок.

Дополнительным импульсом могут стать празднования юбилеев малых городов. Так, Суздаль, отмечающий 1000-летие, а Торопец – 950-летие в 2024 г., получили финансирование на подготовку к празднованию. В 2025 г. отметит своё 800-летие старейший город Ивановской области – Юрьевец. Юбилеи городов являются важными событиями, способствующими развитию туризма и привлекающие внимание к историческому и культурному наследию городов.

К доступным в реализации мероприятиям, при этом драйверам локальных изменений, можно отнести событийное программирование территории и тактический урбанизм. Это, например, фестиваль ремесленных пивоварен в Клину, кошачьи домики в Зеленоградске, сельское биеннале современного искусства в Палехе, вывески в Рыбинске.

В городе Выкса Нижегородской области проходит одноименный фестиваль, собирающий концептуальных художников и звёзд стрит-арта. В Выксе появились новые туристские объекты: распределённая по городу коллекция муралов, открытый скейт-парк и многофункциональный культурный центр, что способствовало формированию Выксы как отдельного направления выходного дня для гостей Нижнего Новгорода.

Важно отметить, что малые города – уникальные локации для съёмок фильмов и, как следствие, развития кинотуризма. Самыми популярными местами киносъёмок среди малых городов являются: Переславль-Залесский, Углич, Ростов Великий (Ярославская обл.), Красноуфимск, Дегтярск, (Свердловская обл.), Светлогорск, Зеленоградск (Калининградская обл.), Заполярный (Мурманская обл.).

Брендинг малого города имеет цель создания привлекательного образа для туристов

³ Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 08.08.2024)

и инвесторов, а также укрепления идентичности местных жителей. Образ малого города — это сложное и многогранное явление, которое необходимо концептуализировать для его правильного управления. Каждый человек формирует свой собственный образ города, но также разделяет коллективные образы в виду общей естественной и культурной среды. Поэтому брендинг малого города должен фокусироваться на этих общественных образах, чтобы проецировать образ, соответствующий ценностям, убеждениям и идеям, разделяемым местными жителями и гостями.

Одним из самых ярких примеров среди малых городов, создавших и продвигающих собственный бренд, является город Мышкин. Его символом, а также основой кампании по развитию туризма стала мышь. Мышкин — это самый маленький город Ярославской области, расположенный на берегу Волги, город-музей, сохранивший старинную купеческую застройку и особый провинциальный колорит. Главным направлением в развитии Мышкина является туризм, ежегодно город с населением 5,6 тыс. человек посещают до 200 тыс. туристов. Работа по привлечению туристов началась ещё в 1996 г. с проведения международного фестиваля «Мышь–96». Почти все достопримечательности сконцентрированы вокруг мышей. Известен Мышкинский народный музей, состоящий из восьми разных музеев. Главный из них и единственный в мире — Музей Мыши. Музей появился во второй половине XX в. благодаря краеведу Владимиру Гречухину, который создал бренд «Мышьгород».

Развитие туризма в малых городах предполагает социальную ответственность государства и бизнеса. Реставрация объектов культурного наследия, благоустройство общественных зон — это комплексные мероприятия, позволяющие создать условия для развития туризма, комфортную и привлекательную атмосферу малого города, которая станет визитной карточкой территории. В 2022 г. 7 городов, входящих в Ассоциацию малых городов, получили гранты для развития городской среды

«ТурКод».

Программа «Новая миссия городов», инициированная Агентством стратегических инициатив, позволяет системно решить вызовы, которые стоят перед малыми городами, в том числе с помощью улучшения качества городской среды и повышения их привлекательности для жизни. В течение нескольких лет организуется конкурс среди малых городов, финансирование которого составляет 61,2 млрд руб., а результатом являются 575 реализованных проектов.

Важнейшим направлением преобразования малых городов является обязательная синхронизация программ благоустройства с другими городскими проектами. Так, например, переустройство центра в Гавриловом Посаде Ивановской области происходило благодаря созданию масштабных городских команд, в состав которых входили представители администрации и бизнес-сообщества, архитекторы, историки и жители города. В Гавриловом Посаде осуществлялась синхронизация ряда программ: программы по капитальному ремонту дорог, грантов от Фонда кино, конкурса Фонда кино, и частных инициатив, таких как открытие глэмпинга «Гусарская стоянка». В свою очередь, в городе Сысерть Свердловской области благоустройство городской среды стало результатом запуска местных инициатив: предприниматели выступили с предложениями софинансирования и создания арт-объектов на территории, а музей Бажова развивает прилегающую территорию в рамках гранта фонда Потанина.

Заключение

Для многих малых городов туризм может стать драйвером социально-экономического развития. Вместе с тем существует проблема формирования и продвижения туристского продукта малых городов России, чей туристско-рекреационный потенциал был ранее недооценён. Высокую значимость приобретают задачи повышения способности малых городов удовлетворять потребности потенциальных туристов за счёт внедрения комплекса

территориального маркетинга и применения инновационных методов продвижения.

Для повышения инвестиционной привлекательности малых городов России необходимо разрабатывать федеральные и региональные программы. Меры, принимаемые для этого, должны носить системный характер и объединять усилия всех уровней государст-

венной власти, а также руководителей предприятий малых городов и местного сообщества. Также необходимо развивать систему статистического наблюдения за процессами, происходящими на уровне муниципальных образований, разработать критерии по определению текущей позиции малого города на рынке внутреннего туризма.

Список источников

1. Александрова А.Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма // Вестник Московского ун-та, Сер. 6. Экономика. 2007. №5. С. 43-62.
2. Габдрахманов Н.К., Рубцов В.А. Специфика развития туризма в малых и средних городах России // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т.11. Вып.7. С. 55-64. DOI: 10.22412/1995-042X-11-7-5.
3. Смирнов С.Н. Туризм в малых городах России // Экономические и социальные проблемы России. 2023. №3. С. 140-156. doi: 10.31249/espr/2023.03.08.
4. Andereck K.L., Valentine K.M., Knopf R.C., Vogt C.A. Residents' perceptions of community tourism impacts // Annals of Tourism Research. 2005. Vol.32. Iss.4. Pp.1055–1076. DOI: 10.1016/j.annals.2005.03.001.
5. Besculides A., Lee M.E., McCormick P.J. Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism // Annals of Tourism Research. 2002. Vol.29. Iss.2. Pp.309–319. DOI: 10.1016/S0160-7383(01)00066-4.
6. Casado M.A. Balancing urban growth and landscape preservation: The case of flagstaff, Arizona // The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. 1999. Vol.40. Iss.4. Pp.64–69. DOI: 10.1016/S0010-8804(99)80047-0.
7. Di Stefano D. Tourism, industry, and community development: Whitefish, Montana 1903–2003 // Environmental Practice. 2004. Vol.6. Iss.1. Pp.63–70. DOI: 10.1017/S1466046604000134.
8. Harrill R. Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning // Journal of Planning Literature. 2004. Vol.18. Iss.3. Pp.251–266. DOI: 10.1177/0885412203260306.
9. Huang Y.H., Stewart W.P. Rural tourism development: Shifting basis of community solidarity // Journal of Travel Research. 1996. Vol.34. Iss.4. Pp.213–220. DOI: 10.1177/004728759603400404.
10. Gursoy D., Jurowski C. (2003). Distance effects on residents' attitudes toward tourism // Annals of Tourism Research. 2003. Vol.31. Iss.2. Pp.296–312. DOI: 10.1016/j.annals.2003.12.005.
11. Mason P., Cheyne J. Residents' attitudes to proposed tourism development // Annals of Tourism Research. 2000. Vol.27. Iss.2. Pp.391–411. DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00084-5.
12. Pearce D.G. Tourism and peripherality: perspectives from Asia and the South Pacific // Tourism and Hospitality Research. 2002. Vol.3. Iss.4. Pp.295–309. DOI: 10.1177/146735840200300.
13. Reeder, R., & Brown, D. (2005). Rural areas benefit from recreation and tourism development // Amber Waves. 2005. Vol.3. Iss.4. Pp.28–33. DOI: 10.22004/ag.econ.127439.
14. Sharpley R. Flagship attractions and sustainable rural tourism development: The case of Alnwick Garden, England // Journal of Sustainable Tourism. 2007. Vol.15. Iss.2. Pp.125–143. DOI: 10.2167/jost604.0.
15. Winkler R., Field D.R., Luloff A.E., Krannich R.S., Williams T. Social landscapes of the inter-mountain west: A comparison of the 'Old West' and 'New West' communities // Rural Sociology. 2007. Vol.72. Iss.3. Pp.478–501. doi: 10.1526/003601107781799281.

References

1. Aleksandrova, A. Yu. (2007). Klastery v mirovoj industrii turizma [Clusters in the global tourism industry]. *Vestnik Moskovskogo universiteta, Series 6. Ekonomika [Moscow University Economics Bulletin]*, 5, 43-62. (In Russ.).
2. Gabdrakhmanov, N. K., & Rubtsov, V. A. (2017). Spetsifika razvitiya turizma v malykh i srednikh gorodakh Rossii [Specificity of tourism development in small and medium-sized cities of Russia]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 11(7), 55-64. doi: 10.22412/1995-042X-11-7-5. (In Russ.).
3. Smirnov, S. N. (2023). Turizm v malykh gorodakh Rossii [Tourism in small towns of Russia]. *Ekonomicheskie i sotsialnye problemy Rossii [Economic and Social Problems of Russia]*, 3, 140-156. doi: 10.31249/espr/2023.03.08. (In Russ.).
4. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1055–1076. doi: 10.1016/j.annals.2005.03.001.
5. Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 309–319. doi: 10.1016/S0160-7383(01)00066-4.
6. Casado, M. A. (1999). Balancing urban growth and landscape preservation: the case of flagstaff, Arizona. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(4), 64–69. doi: 10.1016/S0010-8804(99)80047-0.
7. Di Stefano, D. (2004). Tourism, industry, and community development: Whitefish, Montana 1903–2003. *Environmental Practice*, 6(1), 63–70. doi: 10.1017/S1466046604000134.
8. Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266. doi: 10.1177/0885412203260306.
9. Huang, Y. H., & Stewart, W. P. (1996). Rural tourism development: Shifting basis of community solidarity. *Journal of Travel Research*, 34(4), 213–220. doi: 10.1177/004728759603400404.
10. Gursoy, D., & Jurowski, C. (2003). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296–312. doi: 10.1016/j.annals.2003.12.005.
11. Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391–411. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00084-5.
12. Pearce, D. G. (2002). Tourism and peripherality: perspectives from Asia and the South Pacific'. *Tourism and Hospitality Research*, 3(4), 295–309. doi: 10.1177/146735840200300.
13. Reeder, R., & Brown, D. (2005). Rural areas benefit from recreation and tourism development. *Amber Waves*, 3(4), 28–33. doi: 10.22004/ag.econ.127439.
14. Sharpley, R. (2007). Flagship attractions and sustainable rural tourism development: The case of Alnwick Garden, England. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 125–143 doi: 10.2167/jost604.0.
15. Winkler, R., Field, D. R., Luloff, A. E., Krannich, R. S., & Williams, T. (2007). Social landscapes of the inter-mountain west: a comparison of the 'Old West' and 'New West' communities. *Rural Sociology*, 72(3), 478–501. doi: 10.1526/003601107781799281.