

Обзор  
Review

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2026-12-2-0-6

Нурмухаметова В. В.

**Юбилей как фактор туристической привлекательности  
индустриального города (в преддверии празднования  
400-летия города Набережные Челны)**

ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова» (ИЭУП),  
ул. Московская, 42, Казань 420111, Республика Татарстан, Россия  
*e-mail: Viktonur@yandex.ru*  
ORCID: 0000-0002-6518-1012

*Статья поступила 20 апреля 2026 г.; принята 03 июня 2026 г.;  
опубликована 30 июня 2026 г.*

**Аннотация.** Рост количества юбилеев российских городов в последние годы привлёк внимание исследователей к так называемым юбилейным эффектам, к числу которых относятся рост узнаваемости бренда города и, как следствие, увеличение его туристической привлекательности. При этом каждый город имеет свой особый туристический потенциал, что отражается на ожидаемых юбилейных эффектах. В статье освещается проблема формирования и развития туристической привлекательности индустриального города в условиях организации и проведения юбилейных мероприятий на примере города Набережные Челны Республики Татарстан. Цель работы – исследование туристического потенциала индустриального города для определения направлений повышения его туристической привлекательности на примере готовящегося празднования 400-летия города Набережные Челны. Исследование построено на сочетании теоретического и сравнительного анализа, теории конкурентоспособности города и методологии территориального туристского районирования. Определены риски юбилейных эффектов индустриальных моногородов, чей туристический потенциал значительно снижен по сравнению с региональными центрами или городами с богатым историко-культурным наследием. Обозначены направления повышения туристической привлекательности индустриального моногорода в условиях празднования юбилея. Они связаны с развитием событийного и промышленного туризма при условии решения вопроса о транспортной доступности города, разработки программы развития городского туризма с вовлечением в её реализацию всех акторов и маркетинговой стратегии продвижения туристических продуктов.

**Ключевые слова:** индустриальный город; моногород; юбилей; событийный туризм; промышленный туризм; юбилейные эффекты; туристический потенциал; туристическая привлекательность

**Для цитирования:** Нурмухаметова В. В. Юбилей как фактор туристической привлекательности индустриального города (в преддверии празднования 400-летия города Набережные Челны) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2026. Т. 12. № 2. С. 73-86. DOI: 10.18413/2408-9346-2026-12-2-0-6

UDC 338.48

Victoria V. Nurmukhametova

**Anniversary as a factor of tourist attractiveness  
of an industrial city (on the eve of the celebration  
of the 400th anniversary of the city of Naberezhnye Chelny)**

Timiryasov Kazan Innovative University (IEML),  
42, Moskovskaya St., Kazan 420111, Republic of Tatarstan, Russia  
e-mail: [Viktonur@yandex.ru](mailto:Viktonur@yandex.ru)  
ORCID: 0000-0002-6518-1012

**Abstract.** The increase in the number of anniversaries of Russian cities in recent years has attracted the attention of researchers to the so-called anniversary effects, which include an increase in the brand awareness of the city and, as a result, an increase in its tourist attractiveness. At the same time, each city has its own special tourism potential, which is reflected in the expected anniversary effects. The article highlights the problem of forming and developing the tourist attractiveness of an industrial city in the context of organizing and holding anniversary events using the example of the city of Naberezhnye Chelny in the Republic of Tatarstan. The purpose of the work is to study the tourist potential of an industrial city in order to identify ways to increase its tourist attractiveness using the example of the upcoming celebration of the 400th anniversary of the city of Naberezhnye Chelny. The research is based on a combination of theoretical and comparative analysis, the theory of competitiveness of the city and the methodology of territorial tourist zoning. The risks of anniversary effects of industrial single-industry towns, whose tourism potential is significantly reduced compared to regional centers or cities with rich historical and cultural heritage, have been identified. The directions of increasing the tourist attractiveness of an industrial single-industry town in the context of the anniversary celebration are outlined. They are related to the development of event and industrial tourism, provided that the issue of transport accessibility of the city is resolved, a program for the development of urban tourism is developed with the involvement of all actors in its implementation, and a marketing strategy for promoting tourism products.

**Keywords:** industrial city; single-industry town; anniversary; event tourism; industrial tourism; anniversary effects; tourist potential; tourist attractiveness

**For citation:** Nurmukhametova, V.V. (2026), "Anniversary as a factor of tourist attractiveness of an industrial city (on the eve of the celebration of the 400th anniversary of the city of Naberezhnye Chelny)", *Research Result. Business and Service Technologies*, 12 (2), pp. 73-86, DOI: 10.18413/2408-9346-2026-12-2-0-6

**Введение (Introduction).** Юбилей города – значимое событие в жизни каждого города, способное привлечь разнообразные ресурсы для его дальнейшего развития. Празднование круглой даты города является исключительным инфоповодом, который может повысить туристическую привлекательность города-юбиляра.

С экономической точки зрения юбилей города рассматривается и как воз-

можность привлечения инвестиций в культурную, транспортную и социальную инфраструктуру, и как событие, способное привлечь внимание как горожан, так и внутренних туристов. Сегодня диверсификация региональной экономики рассматривается как инструмент снижения её зависимости от производственных мощностей, а туризм предоставляет такую возможность. Финансирование запланированных

юбилейных мероприятий происходит как за счёт федерального и регионального бюджетов, так внебюджетных источников, например, как это обычно происходит, за счёт привлечения средств регионального и городского бизнес-сообществ. Волков С. К. утверждает, что «наиболее эффективными инструментами регионального менеджмента в сфере событийной экономики являются инструменты государственно-частного партнерства, кластеризации и брендинга» (Волков, 2015: 41). Исследователи в своём большинстве усматривают в участившихся празднованиях юбилеев в последние годы желание региональных властей привлечь федеральные средства для развития территорий (Малинова, 2024; Петров, 2003; Янковская, 2023).

Количество отечественных научных исследований различных аспектов городских юбилеев растёт пропорционально количеству этих событий в России. Как правило, в них анализируются так называемые «юбилейные эффекты» (Янковская, 2023). Проводится анализ роли финансовых вливаний в инфраструктуру городов-юбиляров (Визгалов, 2008). Юбилеи городов исследуются как способы повышения политической легитимации значимости регионов по отношению к центру (Красильникова, 2023), как инструмент формирования региональной идентичности (Малинин, 2025; Назукина, 2024). Анализируется имеющийся практический опыт разработки бренда города, готовящегося к юбилею (Избушева, 2015), конструирования его медиаобраза в Интернет-пространстве (Вербицкий, 2023). Отдельно следует упомянуть исследования, посвящённые рассмотрению юбилея города как наиболее яркого примера событийного туризма, способного повлиять на становление или развитие позитивного туристического образа города-юбиляра, повысив тем самым его туристическую привлекательность (Эффективность..., 2021; Волков, 2015).

В связи с празднованием тысячелетия Казани в 2005 г. и Елабуги в 2007 г. появился целый пул публикаций, посвящённых анализу возросшего туристического потенциала Республики Татарстан (Глебова, 2010; Тимофеева, 2023). Исследования показывают неравномерное развитие туризма в республике: в регионе есть старые города с богатой историей, природными и культурными достопримечательностями, а есть молодые промышленные города, возведённые во второй половине XX века в целях повышения индустриальной мощи Советского Союза – это Набережные Челны, Нижнекамск, Альметьевск.

В 2026 году город Набережные Челны отмечает 400-летие со дня основания первого поселения, что, несомненно, является ярким событием в его жизни. Исследователи отмечают необходимость развития промышленного туризма в городах индустриального типа, к которым относится город Набережные Челны, в целях повышения его туристической привлекательности (Орлова, 2024; Промышленный..., 2020; Садыкова, 2022). Практика организации и проведения уже состоявшихся юбилеев городов однозначно показывает, что мероприятия, посвящённые празднованию круглой даты, служат мощным стимулом для привлечения туристов и создания привлекательного туристического образа города. В связи с этим особую актуальность приобретает выявление и исследование туристического потенциала индустриального города-юбиляра для создания его туристической привлекательности на примере готовящегося юбилея города Набережные Челны с учётом его специфики.

Под туристическим потенциалом понимается «вся совокупность используемых и потенциально возможных для использования ресурсов и предпосылок для организации и развития туристско-рекреационной, экскурсионной деятельности на той или иной территории» (Афанасьев, 2023: 85). Туристическая привлекательность города рассматривается как

«общественное признание положительного образа города для потенциальных туристов» (Глебова, 2010), а в рамках теории конкурентоспособности города И. Бегга, она определяется уровнем развития экономики города, её слабых и сильных сторон по сравнению с другими городами (Begg, 1999).

**Цель исследования (The aim of the work).** Цель работы – исследование туристического потенциала индустриального города для определения направлений повышения его туристической привлекательности на примере готовящегося празднования 400-летия города Набережные Челны.

**Материалы и методы исследования (Materials and Methods).** В основе исследования лежит комплексная методология. Для систематизации представлений о юбилейных эффектах больших и малых городов, а также молодых индустриальных городов использовался анализ теоретических источников. Применялся сравнительный анализ реализованных кейсов городов-юбиляров. Исследование строится на теории конкурентоспособности города, а также методологии территориального туристского районирования.

**Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).** Юбилей города следует рассматривать, прежде всего, как крупнейший событийный проект территории. По оценкам исследователей, проанализировавших реализованные практики организации и проведения юбилейных мероприятий, юбилей города – это «повод для формирования интереса к территории в информационном пространстве, удобный случай для демонстрации своих конкурентных преимуществ заинтересованным стейкхолдерам» (Волков, 2015: 45), «возможность привлечь для благоустройства города солидные средства из вышестоящих бюджетов и со стороны бизнеса» (Визгалов, 2008: 20), «инструмент формирования территориальной идентичности, событие-повод, вокруг которого провоцируется дискуссия относительно специфики территории» (Малинин, 2025:

27), способ «привлечения всеобщего внимания и средств, создания и раскрутки имиджа» (Петров, 2003: 141). Будучи ярким примером событийного туризма, юбилей города запускает мультипликативный эффект: развиваются сопутствующие отрасли – транспорт, гостиничный и ресторанный бизнес, торговля, музеи и театры, парки и прогулочные зоны. Именно поэтому, с точки зрения исследователей, руководство регионов столь часто в последние годы инициирует юбилейные мероприятия.

За последние 25 лет с размахом состоялись празднования юбилеев целого ряда российских городов. Крупнейшими успешными юбилейными проектами, имевшими огромное влияние на туристическую отрасль, стали трёхсотлетие Санкт-Петербурга в 2003 г. и тысячелетие Казани в 2005 г. Они же стали и самыми дорогостоящими юбилейными событиями в России первого десятилетия XX века (Евтушенко, 2012: 59), что, с учётом с их богатейшего туристического потенциала, обусловило впоследствии их вхождение в тройку процветающих российских туристских дестинаций. Исследователи называют опыт Санкт-Петербурга и Казани (Волков, 2015; Туризм, 2022) самыми успешными реализованными кейсами по организации городских юбилеев в современной России с точки зрения развития туристической сферы.

Затем были организованы и проведены юбилеи таких региональных центров, как: Великий Новгород (1150-летие в 2009 г.), Ярославль (тысячелетие в 2010 г.), Омск (300-летие в 2016 г.), Мурманск (100-летие в 2016 г.), Грозный (200-летие в 2018 г.), Нижний Новгород (800-летие в 2021 г.), Пермь и Екатеринбург (300-летие в 2023 г.). Великий Новгород занимает особое место в становлении российского государства, что не могло не отразиться на его туристической привлекательности. Юбилей 2009 г. был не каким-то исключительным, а скорее очередным событием в жизни города. Тем не менее,

он предоставил городу «шанс взять новое направление своего дальнейшего развития в качестве центра культуры и туризма, используя его редчайший исторический, духовный и природный потенциал» (Хиврич, 2025: 284). Был создан бренд «Великий Новгород – Родина России», а развивающийся событийный туризм активно масштабирует продвижение бренда города.

В организационных целях за два года до празднования круглых дат Нижнего Новгорода и Перми были созданы программы юбилейных мероприятий: «Нижний 800» и «Пермь 300». Программа «Нижний 800» включала в себя реконструкцию более 60 различных культурно-исторических объектов, строительство транспортного узла, работу специального сайта, проведение более 150 юбилейных мероприятий (эстафеты, выставки, парады, фестивали и др.) (Эффективностью..., 2021). В рамках программы «Пермь 300» был реализован ряд важных инфраструктурных проектов, завершено обновление транспортного парка, проведён ремонт дорог, всего проведено около 300 событий, главной точкой притяжения стал летний фестиваль «Город встреч» (Малинова, 2024). Отмечается, что праздничные мероприятия способствовали росту туристического потока и медийной узнаваемости Нижнего Новгорода и Перми. Закрепилась традиция создавать некий слоган, девиз, лозунг, под которым организуется и проводится юбилей города, который в символической форме отражает характер города-юбиляра, его настроение и надежды на будущее. Юбилей Нижнего Новгорода проходил под лозунгом «Начало Нового», а Перми – «Всё реально!». Присутствовал соревновательный характер юбилеев региональных центров. Например, исследователи отмечают негласное соревнование за уровень федерального участия Перми и Екатеринбурга (Малинова, 2024).

Среди региональных городов, отметивших круглую дату за последние пять лет, следует назвать 300-летие Нижнего Тагила в 2022 г., 1000-летие Суздаля в

2024 г., 200-летие Ессентуков и 800-летие Юрьевца в 2025 г. Их юбилейные эффекты еще осмысливаются. Но также имеются готовые кейсы юбилеев региональных городов с разным туристическим потенциалом. Например, в 2012 г. своё 1150-летие отметил Изборск, старинный город в Псковской области. В результате реализованных мероприятий по реставрации культурных объектов и обновлению социальной инфраструктуры город обрел новый облик, повысив свою туристическую привлекательность (Дубровская, 2013).

Туристические ресурсы российских регионов сильно отличаются. Республика Татарстан сегодня относится к числу регионов, наиболее привлекательных для внутренних и внешних туристов. Казань завоевала статус третьей столицы России, её туристическая привлекательность обеспечена на долгие годы в результате проведения юбилейных событий 2005 года, но и активно поддерживается благодаря последующим знаковым событиям мирового и федерального масштаба: ряду чемпионатов мира и Европы, Универсиаде, Всероссийским форумам. По мнению исследователей, запущенный Казанью «мультипликативный эффект туризма набирает обороты» (Туризм..., 2022: 93) для всего региона, а «бренд Казани является зонтичным для всей Республики Татарстан» (Волков, 2015: 44). Таким образом, грандиозный туристический успех столицы запустил процесс создания уникального и узнаваемого туристического образа всей республики. Согласно данным доклада Государственного комитета Республики Татарстан за 2025 год, туристский поток в республику вырос до 4,5 млн человек по сравнению с 2024 годом, когда регион посетили 4,3 млн туристов (Итоги работы..., 2026). Наиболее часто туристы посещают достопримечательности Казани, Острова-града Свияжска, Елабуги, Великого Болгара, Тетюшей, Чистополя.

В 2007 году республика отметила 1000-летие старинного купеческого малого города Елабуги. Обозначим скудное коли-

чество исследований этого юбилейного события, также праздничные мероприятия освещались лишь местными СМИ. Тем не менее юбилейный эффект случился, несмотря на значительную удалённость города от столицы региона: фактор транспортной доступности сыграл важнейшую роль для Елабуги. Город был включен в маршруты путешествий на теплоходах. Несмотря на значительный приток туристов и высокую туристическую привлекательность, главной проблемой развития туризма в городе являются однодневные туры и туры выходного дня (Рубцов, 2015). За последние 10 лет данная тенденция закрепились.

На 22 августа 2026 года в Набережных Челнах запланировано празднование памятной даты – 400-летия города с момента первого поселения. Руководство города и бизнес-сообщество возлагают большие надежды на юбилейные эффекты, которые благоприятно скажутся на состоянии социально-экономической инфраструктуры и культурной атмосфере. Анализ уже состоявшихся юбилеев городов свидетельствует, что их празднование приходится на самые разные этапы развития страны, поэтому при планировании, организации и проведении юбилейных мероприятий следует учитывать политическую и экономическую ситуацию в целом по стране. Кроме того, Набережные Челны по своим характеристикам существенно отличаются от других городов-юбиляров. В целях выявления потенциального юбилейного эффекта города, в том числе и Набережных Челнов, тщательного изучения требуют общая политическая и социально-экономическая ситуация в стране в период организации и проведения юбилея и специфические характеристики самого города. Празднование 400-летия города Набережные Челны приходится на непростой период в истории страны: на фоне сложной экономической ситуации продолжается специальная военная операция. В связи с этим город недополучил ожидаемое финансирование на проведение

праздничных мероприятий, на которое рассчитывал. Поэтому юбилей будет проводиться достаточно скромно.

К важнейшим характеристикам города Набережные Челны, главным образом обуславливающим возможность развивать определённые виды туризма и его туристическую привлекательность, следует отнести, во-первых, практически отсутствие объектов материального историко-культурного наследия в силу его «молодости» в отличие от Казани, Елабуги и Чистополя, во-вторых, его существование в качестве индустриального моногорода.

Первое поселение на месте будущего города – Чалнинский починок – было основано в 1626 году. Статус города Набережным Челнам был присвоен в 1930 году. А настоящая современная история города началась в 1969 году, когда началась стройка автогиганта КАМАЗа. Сегодня в пространстве города о его более ранней истории напоминает Центральная улица с домами рубежа XIX-XX вв. и здание элеватора – старейшего городского предприятия города и единственного сохранившегося памятника промышленной архитектуры.

Облик города не является уникальным для постсоветской России: концепция планировочной структуры города строилась на линейной системе открытого типа с жестким функциональным зонированием: жилая зона – комплексы с типовыми панельными домами, школами и детскими садами, промышленная зона – собственно завод КАМАЗ и сопутствующие предприятия и организации. Город и завод проектировались и строились по генеральному плану одновременно. Среди проблем, ограничивающих возможности развития индустриальных городов в России, исследователи (Орлова, 2024) отмечают отсутствие концепции пространственного развития территорий, способствующей формированию благоприятной среды как для населения города, так и его гостей. Следует отметить, что в Набережных Челнах уделено особое внимание развитию город-

ских пространств, во многом благодаря реализации национальных проектов. Наряду с достопримечательностями советской эпохи (мемориальный комплекс «Родина-мать», парк скульптур Э. Ханова на бульваре Энтузиастов) большое внимание уделено благоустройству городских парков и набережных: парк Победы, парк «Комсомольский», парк Прибрежный, парк «Гренада» с экстрим-площадкой, набережная Габдуллы Тукая с культурно-развлекательными, спортивными, детскими игровыми зонами и зонами тихого отдыха. В 2026 году набережная Табеева вошла в пятёрку лучших парков у воды наряду с благоустроенными пространствами Екатеринбург, Нижнего Новгорода, Казани и Подмосковья. В городе функционируют несколько бассейнов, дельфинарий и термальный комплекс. Также в Набережных Челнах представлены памятники известным лицам Автограда, Владимиру Высоцкому, Габдулле Тукаю, мемориал Мусы Джалиля, транспортные памятники. Работают органной зал, концертные залы в Домах культуры, картинная галерея. Активно развиваются музеи: историко-краеведческий музей, музей истории КАМАЗа, музей экологии и охраны природы.

Тем не менее у города есть проблемные инфраструктурные объекты, требующие больших финансовых вливаний. К своему 400-летию город получил около 1 млрд на три крупных объекта: средняя общеобразовательная школа № 45, Концертный зал имени Сары Садыковой и здание мэрии (Стало известно..., 2026). Но в целом город преобразуется, особую привлекательность создаёт обилие зелени при всём его индустриальном облике.

Следует отметить, что численность населения города растёт, тогда как многие индустриальные города сталкиваются с проблемой оттока населения, особенно молодёжи. Специфика населения Набережных Челнов состоит в том, что «молодежь и специалисты приезжали на строительство КАМАЗа и других промышленных объектов из разных регионов СССР и

утрачивали многие национальные традиции. Таким образом, сформировалось интернациональное, «молодое» по возрасту общество» (Тимофеева, 2023: 31-32). По прошествии более чем 50 лет многое изменилось, но актуальным остаётся вопрос об идентичности нынешнего поколения горожан: «городская идентичность – это не просто внешний облик, но и культурный фон, социальная структура, особенности, делающие город «своим» для его жителей и привлекательным для туристов», отмечает Орлова Н. Г. (Орлова, 2024: 218). Между тем, анализ проблем сохранения идентичности промышленных городов России и СНГ показывает, что город Набережные Челны «является примером устойчивой индустриальной идентичности» (Орлова, 2024: 223).

Исследователи отмечают, что для городов такого типа, как Набережные Челны, особо успешными туристическими практиками могут оказаться событийный и промышленный туризм, их развитию могут в немалой степени способствовать юбилейные мероприятия. К празднованию 400-летия города также приурочено 50-летие со дня выпуска первого автомобиля «КАМАЗ». Две круглые даты способны усилить юбилейные эффекты: расширить перечень праздничных мероприятий и сделать ставку на узнаваемом не только по всей России, но и в мире, бренде. Несмотря на то, что юбилей – прекрасный инфоповод, способный привлечь внимание туристов и сформировать их интерес, не всегда у города получается использовать эту возможность: многое зависит от компетенции регионального менеджмента, стратегии маркетинга и информационно-рекламной активности территории (Волков, 2015: 45). Анализ публикаций в СМИ показывает информационную активность вокруг событий двух городских юбилеев на региональном и городском уровнях. Анонсирована насыщенная программа юбилейных мероприятий: шоу, концерты, фестивали, официальные приёмы, чествование ветеранов КАМАЗа. На праздник

планируется потратить около 100 млн рублей, выделенных из городского бюджета.

В 2025 году создан и функционирует специальный юбилейный информационный портал по примеру сайтов «Пермь. Всё реально» или «Нижний 800» – «Набережные Челны – 400 лет». Он содержит информацию об истории города и КАМАЗа, о людях, внёсших вклад в их строительство и развитие, памятниках и фотоархив, но сообщения о планируемых юбилейных событиях отсутствуют. Это свидетельствует о недостаточной разработанности маркетинговой стратегии территории, что снижает возможность поддерживать интерес как жителей города, так и его гостей.

Центрами притяжения жителей города становятся события-праздники городского масштаба: Сабантуй, День молодёжи, День строителя, День Республики Татарстан, Новый год, Масленица. Как правило, это комплексные праздники: в их рамках проводятся, ярмарки, концерты, фестивали, соревнования, народные гуляния, развлечения для детей. Нередко организуются салюты. Главным образом, такие мероприятия традиционно привлекают жителей города и нередко гостей из близлежащих районов. К сожалению, событий республиканского или всероссийского уровня не проводится – это свидетельствует о неразвитости событийного туризма в Набережных Челнах. Но юбилей города – отличный повод создать такие события, способные стать туристическими аттракторами.

Феномен промышленного туризма активно отражён как в российской, так и зарубежной научной литературе (Chia-Li Lin, 2019; Transformation, 2014; Novoselova, 2021; Otgaar, 2016). Под промышленным туризмом понимается «туристическое посещение производственных объектов, либо вышедших из эксплуатации, либо функционирующих в настоящее время, независимо от отрасли промышленности, к которой они принадлежат» (Садыкова, 2022: 99). С позиции предприя-

тия можно определить промышленный туризм как «специализированный вид промышленной деятельности, ориентированный на коммерциализацию промышленных активов предприятий с целью получения прямого дохода от экскурсионного обслуживания, а также косвенных экономических эффектов – это инвестиционная привлекательность предприятий, повышение капитализации бренда региона, развитие предпринимательских инициатив» (Фролова, 2026: 696). Для реализации наиболее успешного варианта развития промышленного туризма, с точки зрения Никулиной Ю. Н., в регионе должно быть налажено тесное взаимодействие всех акторов – объектов и субъектов промышленного туризма: с одной стороны, предприятий, реализующих практики промышленного туризма, с другой, органов власти, учебных заведений, торгово-промышленной палаты, туроператоров и турагентов (Никулина, 2018).

В индустриальном моногороде Набережные Челны объекты и субъекты промышленного туризма заинтересованы в его развитии: КАМАЗ и другие предприятия практикуют экскурсионные программы на своих производствах, школьники и студенты регулярно посещают их в рамках профориентационной работы, турагентства предлагают эти программы, а исполнительный комитет и торгово-промышленная палата города активно поддерживают данные инициативы. Экскурсионные программы давно практикуются на предприятиях тяжелой и легкой промышленности города: ПАО «КАМАЗ», ООО «ПРОМ ЖБИ», ОАО «Булгарпиво», Группа компаний «Кориб», компания «Челны-носок» и др.

Поэтому двойной юбилей – города и градообразующего предприятия ПАО «КАМАЗ» – повод для рывка в развитии промышленного туризма. Отметим, что рывок совершён на уровне градообразующего предприятия: летом 2025 года был открыт Визит-центр ПАО «КАМАЗ». На сайте центра указано, что «это экспозици-

онное пространство в Набережных Челнах, построенное в рамках проекта «ПроКАМАЗ». Миссия Визит-центра – стать «нулевым километром» промышленного туризма Закамской агломерации и точкой притяжения Набережных Челнов» (Визит-центр..., 2025). По словам генерального директора предприятия С. А. Когогина, «Визит-центр родился в рамках проекта «ПроКАМАЗ», чтобы вывести на новый уровень промышленный туризм и престиж рабочих и инженерных профессий». На сайте доступно бронирование групповых экскурсий до 15 до 30 человек, приглашаются посетители с 7-летнего возраста и сборные школьные группы с 5 класса. Стоимость детского билета составляет 300 рублей, взрослого 500 рублей. Визит-центр предлагает промышленные экскурсии на производственные площади предприятия и посещение музея ПАО «КАМАЗ».

Исследователи утверждают, что производственная экскурсия является главным инструментом в развитии промышленного туризма. Преимущества такого вида экскурсий в том, что они не требуют создания новых объектов инфраструктуры и больших финансовых вливаний (Промышленный туризм..., 2020). Необходимы только квалифицированные кадры для её проведения на высоком профессиональном уровне. В Набережных Челнах функционируют три профессиональные образовательные организации, которые готовят менеджеров по туризму. Как раз выпускники по специальности «Туризм и гостеприимство» способны восполнить растущие потребности в квалифицированных кадрах, в которых так нуждается промышленный туризм.

Одним из решающих факторов развития туризма в городе является его транспортная доступность. В Набережные Челны можно добраться на самолёте (аэропорт «Бегишево») и по федеральной трассе М-7 на автобусе или автомобиле. Имеется железнодорожный вокзал, но транспортный поток невелик: два поезда дальнего следования (один в Москву) и

четыре электрички. Существует и речная магистраль, но она практически не используется: состояние инфраструктуры оставляет желать лучшего. Функционирует единственный социально значимый маршрут теплохода М-8 – «Набережные Челны – Соколки» – он включает остановки в Елабуге, Нижнекамске и других населённых пунктах. При этом ежегодно весной ставится вопрос о закрытии нерентабельного маршрута. Круизные теплоходы не останавливаются в речном порту Набережных Челнов. Республиканские СМИ анонсировали запуск с 1 мая 2026 года маршрута «Казань – Набережные Челны», на осуществление которого выделили два судна «Метеор-2020» (Навигация-2026..., 2026). С учётом достаточно развитой речной навигации в Республике Татарстан в целом и её активным сообщением с другими регионами предполагается приток внутренних туристов в город Набережные Челны. В условиях проведения праздничных юбилейных мероприятий летом 2026 года, возможностей развитой городской инфраструктуры и реализованных практик промышленного туризма открытие еще одного варианта транспортной доступности города благоприятно скажется на его туристической привлекательности.

На основе определённых исследователями векторов развития туризма в индустриальных городах (Кадыров, 2017; Никулина, 2018; Орлова, 2024; Садыкова, 2022; Фролова, 2026), анализа потенциала города Набережные Челны с точки зрения развития событийного и промышленного туризма, с учётом предстоящих юбилейных мероприятий и ожидаемых юбилейных эффектов стоит обозначить ряд направлений, способствующих росту туристической привлекательности города:

– создание концепции событийного туризма, предполагающей организацию ряда событий, отражающих уникальность городской атмосферы, например, события, связанные с ралли, гонками, ведь всемирно известными являются победы команды «КАМАЗ-мастер» в гонках «Шёлковый

путь» и «Дакар». Довольно успешно ежегодно проводится туристский фестиваль имени Юрия Белоусова, его организацию можно вывести на всероссийский уровень;

– дальнейшее развитие промышленного туризма на основе изучения готовых успешных кейсов индустриальных городов, совершенствование методик проведения промышленных экскурсий, расширение списка предприятий, предлагающих экскурсии;

– совершенствование транспортной доступности города, в том числе железнодорожного сообщения и речной навигации на постоянной основе, что позволит увеличить поток туристов в город;

– решение проблемы чрезмерного туризма в Республике Татарстан, в частности, в Казани путём переориентации туристов на туристские продукты индустриальных городов. Въездные туристы направляются в Казань на несколько дней, часто выбирают автобусные или теплоходные экскурсии в города республики. Довольно востребованными являются поездки в Елабугу, находящуюся в 22 км от Набережных Челнов, но туристы практически не добираются до города-юбиляра;

– разработка бренда города и эффективной маркетинговой стратегии развития туризма в городе с активной PR-поддержкой со стороны СМИ, что способствует созданию узнаваемости городской символики, например, того же КА-МАЗа. Важно, чтобы вокруг образа города в медиа-пространстве создавалось и поддерживалось позитивное информационное поле.

Успешное развитие туризма в городе Набережные Челны напрямую зависит от тесного взаимодействия всех акторов, разработки и последовательной реализации программы развития туризма в пространстве города. Юбилей города и градообразующего предприятия могут стать отправной точкой, способной увеличить туристическую привлекательность Набережных Челнов и диверсифицировать экономику моногорода.

**Заключение (Conclusions).** Празднование юбилея – резонансное событие в жизни города, способное создать или увеличить его туристическую привлекательность. Рост количества юбилеев российских региональных городов в последние годы свидетельствует об успешном мультипликативном эффекте события. Организация и проведение юбилейных мероприятий привлекает крупные федеральные и региональные ресурсы, создает информационный повод для публикаций в СМИ, повышает внимание центра к региону, поэтому региональным властям и бизнесу важно использовать эти события для развития туризма.

Юбилей молодых индустриальных моногородов имеют свою специфику, которую следует учитывать при расчёте на юбилейные эффекты в туристической сфере. Эти города, как правило, не являются региональными центрами, а значит, их юбилей не привлекают значительные средства из бюджетов, не имеют значимых объектов материального историко-культурного наследия, городская идентичность еще только формируется, отсутствует маркетинговая стратегия развития территории, а экономика слабо диверсифицирована за счёт градообразующего предприятия. Поэтому развитие туристической сферы и создание туристической привлекательности такого города обусловлены его специфическим туристическим потенциалом.

Как правило, в индустриальных городах, например, в Набережных Челнах, имеются условия для внедрения событийного и промышленного туризма. А празднования 400-летия города и 50-летия КА-МАЗа способны стать мощным стимулом для развития данных видов туризма в том случае, если будет создана программа развития событийного и промышленного туризма в Набережных Челнах при активном включении в её реализацию всех акторов при условии решения вопроса о транспортной доступности города и продуманной маркетинговой стратегии продвиже-

ния городских туристических продуктов как на республиканском, так и на всероссийском уровнях.

**Информация о конфликте интересов:** автор не имеет конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the author have no conflict of interests to declare.

### Список литературы

Афанасьев О. Е. Туристско-экскурсионные макродестинации и новое туристско-экскурсионное районирование России как организационные формы планирования развития отрасли // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2023. Т. 17. №2. С. 82-109. DOI: 10.5281/zenodo.8081678.

Вербицкий М. Ю. Технология конструирования образа мегаполиса в сетевых изданиях (на примере Интернет-ресурсов Екатеринбург) // *Известия УрФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры*. 2023. Т. 29. № 1. С. 39-45. DOI 10.15826/izv1.2023.29.1.004.

Визгалов Д. В. *Маркетинг города*. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. 110 с.

Визит-центр ПАО «КАМАЗ». URL: <https://vizit.kamaz.ru/> (дата обращения: 14.04.2026).

Волков С. К. Экономика событий как альтернативный путь развития территорий РФ // *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2015. №3 (43). С. 41-47.

Глебова И. С. Анализ туристической привлекательности города и возможности ее повышения (на примере г. Казани) // *Ученые записки Казанского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2010. Т. 152. Кн. 4. С. 214-227.

Дубровская Н. П. Юбилей Изборска как ресурс развития территории // *Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные и психолого-педагогические науки*. 2013. № 2. С. 13-16.

Евтушенко А. Г. Юбилей российских городов как важный инструмент функционирования региональных экономик // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2012. № 3. С. 91-94.

Избушева А. М. Бренд юбилейного города в современной российской культуре // *Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования*. 2015. № 2. С. 79-81.

Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму в 2025 году. URL: [https://tourism.tatarstan.ru/file/pub/pub\\_4884449\\_enc\\_219021.pdf](https://tourism.tatarstan.ru/file/pub/pub_4884449_enc_219021.pdf) (дата обращения: 14.04.2026).

Кадыров Р. В. Перспективы развития туризма в моногородах Республики Татарстан // *Сервис в России и за рубежом*. 2017. Т. 11. Вып. 7. С. 65-76. DOI: 10.22412/1995-042X-11-7-6.

Красильникова Е. И., Наумов С. С. Празднование трехсотлетних юбилеев сибирских городов как отражение государственной и региональной политики памяти (1904-2016 гг.) // *Вестник Томского государственного университета. История*. 2023. № 82. С. 81-88. DOI: 10.17223/19988613/82/9.

Малинин А. П., Назукина М. В. Специфика региональной идентичности пермского края в эпоху «Пермь 300» (по данным экспертных интервью) // *Культурный код*. 2025. № 1. С.27-44. DOI: 10.36945/2658-3852-2025-1-27-44.

Малинова О. Ю. Юбилей региональной столицы как символическая политика: на примере 300-летия Перми // *Вестник Пермского университета. Политология*. 2024. Т. 18. № 2. С. 47-58.

Назукина М. В. Трехсотлетие Перми как элемент политики идентичности // *Историческая этнология*. 2024. Т. 9. № 3. С. 413-427.

Навигация-2026 в Татарстане: рейс до Челнов впервые со времен СССР и более 10 маршрутов. URL: <https://www.tatarinform.ru/news/navigaciya-2026-v-tatarstane-reis-do-celnov-vpervye-so-vremen-sssr-i-bolee-10-marsrutov-6023461> (дата обращения: 14.04.2026).

Никулина Ю. Н. Региональная политика в области развития промышленного туризма: содержание и направления реализации // *Креативная экономика*. 2018. № 5. С. 683-700.

Орлова Н. Г. Идентичность промышленных городов России и СНГ в эпоху глобализации: анализ и методы сохранения // *Известия КГАСУ*. 2024. № 3 (69). С. 216-228. DOI: 10.48612/NewsKSUAE/69.19.

Петров Н. В. Формирование региональной идентичности в современной России / Центр и региональные идентичности в России, под ред. В. Гельмана, Т. Хопфа. СПб.: Издательство Европейского университета, 2003. С. 125-187. <https://doi.org/10.22378/he.2024-9-3.413-427>.

Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона / Гененко О. Н., Посохова Н. В., Бовкунова Ю. В., Кущенко Е. С. // Инновации и инвестиции. 2020. № 10. С. 207-210.

Рубцов В. А., Байбаков Э. И. Развитие туристского комплекса малых городов России (на примере г. Елабуга) // Экологический консалтинг. 2015. №3 (59). С. 7-12.

Садыкова Э. Р., Шайхутдинова Ф. Н., Рахимзянова Ю. А. Развитие промышленного туризма в Республике Татарстан в контексте патриотического воспитания молодежи // Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. Т.16. № 4. С. 96-108. DOI: 10.5281/zenodo.7453367.

Стало известно, на какие объекты республика выделила миллиард к 400-летию юбилею Челнов. URL: <https://kam.business-gazeta.ru/news/691562> (дата обращения: 14.04.2026).

Тимофеева Л. С., Ахметова А. Р., Галимзянова Л. Р. Фестивальный туризм: модель Татарстана // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2023. № 1. С. 26-34.

Туризм и гостеприимство в Республике Татарстан: стратегия успеха / Розанова Л. Н., Свирина А. А., Кулягина Н. Г., Розанова Я. Ю. // Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. Т. 16. № 4. С. 82-95. DOI: 10.5281/zenodo.7452930.

Фролова И. И., Арсланова С. К., Тимаева Е. А. Промышленный туризм как фактор развития экономики Республики Татарстан // Экономика и предпринимательство. 2026. № 3. С. 694-699.

Хиврич К. В. Использование средневековой истории Новгорода в позиционировании города в XX – начале XXI века // Caurus. 2025. № 4 (3). С. 275-289. [https://doi.org/10.34680/Caurus-2025-4\(3\)-275-289](https://doi.org/10.34680/Caurus-2025-4(3)-275-289).

Эффективность событийного туризма для территории на примере празднования 800-летия Нижнего Новгорода / Булганина С. В.,

Лебедева Т. Е., Цапина Т. Н., Авдонькина В. В., Дюдякова С. В. // Московский экономический журнал. 2021. № 9. С. 424-436.

Янковская Г. А. Юбилей города и становление «периферийных столиц» в СССР // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. 2023. Т. 25. № 4. С. 9-22. <https://doi.org/10.15826/izv2.2023.25.4.057>.

Begg, I. (1999), “Cities and competitiveness”, *Urban Studies*. Т. 36, 5–6, pp. 795-809.

Chia-Li, L. (2019), “The analysis of sustainable development strategies for industrial tourism based on IOA-NRM approach”, *Journal of Cleaner Production*. Vol. 241, pp. 118-281.

Copic, S, Dordevic, J., Lukic, T., Stojanovic, V., Dukicin, S., Besermenji, S., Stamenkovic, I. and Tumaric, A. (2014), “Transformation of industrial heritage -an example of tourism industry development in the Ruhr area (Germany)”, *Geographica Pannonica*, 18.

Novoselova, O. V. (2021), “Industrial tourism as a means of “Made in China” reputation improvement”, *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, Vol. IX, 1, pp. 61-72.

Otgaar, A. H., Van Den Berg, L. and Feng, R. X. (2016), *Industrial tourism: opportunities for city and enterprise*, Routledge.

## References

Afanasiev, O. E. (2023), “Macrodestinations and new zoning areas for tourism and excursion in Russia as organizational forms industry development planning”, *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 17 (2), pp. 82-109. DOI: 10.5281/zenodo.8081678. (In Russ.).

Begg, I. (1999), “Cities and competitiveness”, *Urban Studies*. Т. 36, 5–6, pp. 795-809.

Bulganina, S. V., Lebedeva, T. E., Tsapina, T. N., Avdon'kina, V. V. and Dyudyakova, S. V. (2021), “Efficiency of event tourism for the territory on the example of the celebration of the 800-th anniversary of Nizhny Novgorod”, *Moskovskij ekonomicheskij zhurnal*, 9, pp. 424-436. (In Russ.).

Chia-Li, L. (2019), “The analysis of sustainable development strategies for industrial tourism based on IOA-NRM approach”, *Journal of Cleaner Production*. Vol. 241, pp. 118-281.

Copic, S, Dordevic, J., Lukic, T., Stojanovic, V., Dukicin, S., Besermenji, S., Stamenkovic, I. and Tumaric, A. (2014), “Transformation of industrial heritage -an example of tourism indus-

try development in the Ruhr area (Germany)", *Geographica Pannonica*, 18.

Dubrovskaya, N. P. (2013), "Izborsk jubilee as a resource of regional development", *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnye i psikhologo-pedagogicheskie nauki*, 2, pp. 13-16. (In Russ.).

Evtushenko, A. G. (2012), "Anniversaries of Russian cities as an important tool for the functioning of regional economies", *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 3, pp. 91-94. (In Russ.).

Frolova, I. I., Arslanova, S. K. and Timaeva, E. A. (2026), "Industrial tourism as a factor in the development of the economy of the Republic of Tatarstan", *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 3, pp. 694-699. (In Russ.).

Genenko, O. N., Posokhova, N. V., Bovkunova, Yu. V. and Kushchenko, E. S. (2020), "Industrial tourism as a factor of increasing the tourist attractiveness of the region", *Innovatsii i investitsii*, 10, pp. 207-210. (In Russ.).

Glebova, I. S. (2010), "Analysis of the tourist attractiveness of the city and the Means of Its Increase (by the example of Kazan)", *Uchenye zapiski Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, 152 (4), pp. 214-227. (In Russ.).

It became known for which facilities the republic allocated a billion for the 400th anniversary of Naberezhnye Chelny [Online] available at: <https://kam.business-gazeta.ru/news/691562> (Accessed 14 April 2026). (In Russ.).

Izbusheva, A. M. (2015), "Brand of an anniversary City in the contemporary Russian culture", *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya*, 2, pp. 79-81. (In Russ.).

Kadyrov, R. V. (2017), "Tourism development prospects in mono-cities of the Republic of Tatarstan", *Servis v Rossii i za rubezhom*, 11 (7), pp. 65-76. DOI: 10.22412/1995-042X-11-7-6. (In Russ.).

Khivrich, K. V. (2025), "The using of Novgorod's medieval history in the city's positioning in the 20th and early 21st centuries", *Caurus*, 4 (3), pp. 275-289. DOI: 10.34680/Caurus-2025-4(3)-275-289. (In Russ.).

Krasil'nikova, E. I., Naumov, S. S. (2023), "Celebrating the tercentenary anniversaries of Siberian cities as a reflection of the state and regional politics of memory (1904–2016)", *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istori-*

*ya*, 82, pp. 81-88. DOI: 10.17223/19988613/82/9. (In Russ.).

Malinin, A. P. and Nazukina, M. V. (2025), "The specifics of the regional identity of the Perm region in the time of tercentenary of the city of Perm (based on the materials of expert interviews)", *Kul'turnyj kod*, 1, pp. 27-44. DOI: 10.36945/2658-3852-2025-1-27-44. (In Russ.).

Malinova, O. Yu. (2024), "Jubilee of a regional capital as a symbolic politics: the case of the 300th anniversary of Perm", *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya*, 18 (2), pp. 47-58. (In Russ.).

Navigation-2026 in Tatarstan: a flight to Naberezhnye Chelny for the first time since Soviet times and more than 10 routes (2026) [Online] available at: <https://www.tatarinform.ru/news/navigaciya-2026-v-tatarstane-reis-do-celnov-vpervye-so-vremen-sssr-i-bolee-10-marsrutov-6023461> (Accessed 14 April 2026). (In Russ.).

Nazukina, M. V. (2024), "The tercentenary of Perm as an element of identity politics", *Istoricheskaya etnologiya*, 9 (3), pp. 413-427. (In Russ.).

Nikulina, Yu. N. (2018), "Regional policy in the field of industrial tourism development: content and directions of implementation", *Kreativnaya ekonomika*, 5, pp. 683-700. (In Russ.).

Novoselova, O. V. (2021), "Industrial tourism as a means of "Made in China" reputation improvement", *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, Vol. IX, 1, pp. 61-72.

Orlova, N. G. (2024), "The identity of industrial cities in Russia and the CIS in the era of globalization: analysis and methods of preservation", *Izvestiya KGASU*, 3(69), pp. 216-228. DOI: 10.48612/NewsKSUAE/69.19. (In Russ.).

Otgaar, A. H., Van Den Berg, L. and Feng, R. X. (2016), *Industrial tourism: opportunities for city and enterprise*, Routledge.

Petrov, N. V. (2003), *Formation of regional identity in modern Russia*, Saint Petersburg, Russia, pp. 125-187. DOI: 10.22378/he.2024-9-3.413-427. (In Russ.).

Results of the work of the State Committee of the Republic of Tatarstan for Tourism in 2025 [Online] available at: [https://tourism.tatarstan.ru/file/pub/pub\\_4884449\\_enc\\_219021.pdf](https://tourism.tatarstan.ru/file/pub/pub_4884449_enc_219021.pdf) (Accessed 14 April 2026). (In Russ.).

Rozanova, L. N., Svirina, A. A., Kulyagina, N. G. and Rozanova, Ya. Yu. (2022), "Tourism and hospitality in the Republic of Tatarstan: Success strategy", *Sovremennye problemy servisa i turizma*, Т. 16 (4), pp. 82-95. DOI: 10.5281/zenodo.7452930. (In Russ.).

Rubtsov, V. A. and Bajbakov, E. I. (2015), "Development of small towns tourist complex RUSSIA (On an example of Elabuga)", *Ekologicheskij konsalting*, 3 (59), pp. 7-12. (In Russ.).

Sadykova, E. R., Shajkhutdinova, F. N. and Rakhimzyanova, Yu. A. (2022), "Development of industrial tourism in the Republic of Tatarstan relatively of patriotic education of youth", *Sovremennye problemy servisa i turizma*, 16 (4), pp. 96-108. DOI: 10.5281/zenodo.7453367. (In Russ.).

Timofeeva, L. S., Akhmetova, A. R. and Galimzyanova, L. R. (2023), "Festival tourism: Tatarstan model", *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 1, pp. 26-34. (In Russ.).

Verbitskij, M. Yu. (2023), "The technology of constructing the image of a megapolis in online publications (using the example of Ekaterinburg's media)", *Izvestiya UrFU, Seriya 1 Problemy obrazovaniya,*

*nauki i kul'tury*, Т. 29, 1, pp. 39-45. DOI 10.15826/izv1.2023.29.1.004. (In Russ.).

Vizgalov, D. V. (2008), "Marketing of the city", Moscow, Russia, 110 p. (In Russ.).

"The visit center of KAMAZ PJSC" [Online] available at: <https://vizit.kamaz.ru/> (Accessed 14 April 2026). (In Russ.).

Volkov, S. K. (2015), "Economy events as an alternative way of territories of the Russian Federation", *Sovremennye naukoemkie tekhnologii. Regional'noe prilozhenie*, 3 (43), pp. 41-47. (In Russ.).

Yankovskaya, G. A. (2023), "Provincial Cities' Anniversaries and the Formation of Soviet "Peripheral Capitals"", *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta, Seriya 2 Gumanitarnye nauki*, 25 (4), pp. 9-22. DOI: 10.15826/izv2.2023.25.4.057. (In Russ.).

#### Данные об авторе

**Нурмухаметова Виктория Васильевна**, кандидат философских наук, доцент кафедры философии

#### Information about the author

**Victoria V. Nurmukhametova**, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy