



С.Л. Иваньковский, И.А. Сударикова

ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫМ ТУРИЗМОМ НИЖЕГОРОДСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ

Представлена оценка развития рекреационного туризма и управления им в Нижегородской агломерации. Авторы считают, что одной из целей управления рекреационным туризмом на современном этапе является определение его направленности и развитие малобюджетных туристских объектов на различной территории Нижегородской агломерации. Объект исследования – территория Нижегородской агломерации, обладающей высокой аттрактивностью для рекреантов.

Авторы выделяют фундирующие факторы рекреационного туризма агломерационной системы, характерные черты развития Нижегородской агломерационной системы. Авторы утверждают, что сформировавшаяся практика взаимоотношений управления региона-агломерации и муниципальных единиц пределов Нижегородской агломерации требует определенного осмысления и комплексного системного анализа. Очевидно, что для совершенствования рекреационных территорий необходимым становится расширение круга потенциальных объектов, вовлекаемых в орбиту туристских интересов и методов управления. В статье показано соотношение установленных факторов и богатого рекреационного потенциала с целью выявления перспективных направлений управления рекреационным туризмом в современных социально-экономических условиях.

Выводы авторов в отношении управления рекреационным туризмом в современных условиях свидетельствуют о необходимости и значимости формирования зонтичного бренда и широкого использования рекреационных ресурсов в Нижегородской агломерационной системе, для создания малобюджетных и плоскостных объектов территорий для рекреантов. Тенденциозность управления рекреационным туризмом Нижегородской агломерации заключается в комплексном согласовании всех структур муниципальных образований и соразмерном совершенствовании инфраструктурной сферы агломерации для удобства рекреантов. Обосновывается, что важную роль в эффективном управлении рекреационным туризмом в агломерационной системе должны играть совместные интеграционные планы государства и предприятий стейкхолдеров.

Ключевые слова: *рекреационный туризм, зонтичный бренд, рекреант, агломерация, туристская инфраструктура, управление туризмом.*

Для социально-экономического развития России первой четверти XXI в. характерно бурное развитие туризма. Высокая конкуренция в сфере туризма требует постоянного обновления содержательной части путешествий, поэтому все участники находятся в постоянном поиске путей оживления туристской привлекательности. Для успешного управления туризмом необходима совокупность средств, мероприятий и аттрактивности, направленных на разработку

© Иваньковский С.Л., Сударикова И.А., 2021

Иваньковский Сергей Львович – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики предприятий и организаций ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», e-mail: ivankovskiy@iee.unn.ru, e-mail: lew1968@mail.ru.

Сударикова Ирина Александровна – преподаватель кафедры управления в спорте ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», e-mail: lebedevairine@gmail.com.

и реализацию рекреационных малобюджетных и плоскостных туристских объектов территориальных образований.

Необходимо отметить, что сформировавшаяся практика взаимоотношений и управления региона – агломерации и муниципальных единиц пределов Нижегородской агломерации требует определенного осмысления и комплексного системного анализа. Очевидно, что для совершенствования рекреационных территорий необходимым становится расширение круга потенциальных объектов, вовлекаемых в орбиту туристских интересов и методов управления ими. Условия современности требуют также, чтобы рекреационные маршруты были разноплановыми, что для когнитивных потребностей рекреантов необходимо создание объектов туристской инфраструктуры, преимущественно малобюджетных туристских сооружений по месту учебы, месту работы, месту жительства и месту отдыха граждан в соответствии с нормативами и нормами обеспеченности населения [1] такими объектами и достижение достаточного уровня их развития.

Можно отметить, что на развитие различных видов туризма направлена «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [2]. Уделяется внимание и развитию некоторых видов туризма в «Стратегии социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года» [3], где в п. 3.2.7 прописывается необходимость развития рекреационного туризма.

Таким образом, целью данного исследования являлось определение направленности рекреационного туризма и развития малобюджетных туристских объектов на различной территории Нижегородской агломерации. Объектом исследования является территория агломерации, обладающей высокой аттрактивностью для рекреантов.

Н.С. Мироненко дает следующее детерминирование: «Рекреация представляет собой совокупность этимологических значений: recreation (лат.) – восстановление; recreation (фр.) – развлечение, отдых, перемена действия, исключающие трудовую деятельность и характеризующие пространство, связанное с этими действиями. Но если рекреация как понятие включает достаточно огромный вид деятельности, то туризм – это та же рекреационная деятельность, но обязательно связанная с миграцией. Можно дать достаточно лаконичное определение: туризм – это миграционная рекреация» [14]. Условно выделим из множества классификаций рекреационного туризма, целью которого является отдохнуть, разгрузиться в условиях урбанизированной среды, три вида туризма: общеоздоровительный, спортивно-физкультурный, способствующий познанию.

Поэтому именно агломерация, где сконцентрирована основная часть жителей, становится приоритетной для развития рекреационных маршрутов, восстановлению работоспособности.

Нижегородская агломерация (ядро – г. Н.Новгород раньше назывался г. Горький) с численностью населения 2 091 431 чел. (2020) [13]. Это становой хребет всех муниципальных образований (г. Володарск, пгт. Решетиха и Ильиногорск). Нижегородская агломерация составляет 64,5 % населения Нижегородской области, 6,97 % населения Приволжского федерального округа, 1,46 % населения Российской Федерации.

Исследованию формирования и динамики Нижегородской агломерации посвящены работы Л.Л. Трубе, И.К. Орфанова, В.М. Смирновой и других ученых-краеведов. Наиболее четкая структура Горьковской агломерации (на 1982 г.) представлена в работе В.М. Смирновой. Ею выделено в Горьковской городской агломерации пять зон. Подчеркивается, что «Горький играет ведущую роль в развитии культуры и искусства, здравоохранения, торговли и бытового обслуживания населения области. Это отражается и в численности его населения, составившей на 1 января 1982 г. 1 млн 381,8 тыс. чел., 64,1 % агломерации и 37,5 % населения области [4].

Важнейшее значение для развития агломерации имел период социалистической индустриализации. К его началу Н. Новгород преодолел одно из важнейших препятствий в своем развитии. Еще до революции Н. Новгород, Канавино и Сормово сложились в единое хозяйственное целое, но оставались административно разобщенными. В 1929 г. был создан Большой Нижний Новгород. Позднее в его состав входили новые территории и районы, он поглощал и продолжает поглощать окрестные поселения [4].

Территории между транспортными лучами в агломерацию не входят, поэтому между функциональными зонами по мере удаления от ядра увеличиваются пространственные разрывы. Агломерация имеет лучевую форму. Условно ее называют звездообразной¹ (рисунок) [4]. Стоит учесть изменения в административно-территориальных единицах, появление городских округов. Так, отдельно из Володарского района был выделен г.о.г. Дзержинск. Если же посчитать с учетом Володарского района, то на 2020 г. численность населения его составила 57 954 чел., плотность 55,4 чел./ км².

Нижегородская агломерация стала ведущей урбанизационной структурой в регионе. Она представляет собой процесс концентрации вокруг города – ядра агломерации – Н.Новгорода отдельных новых поселений и старых малых городов и вовлечение в функционирование пригородов и посадов.

Отличительная черта Нижегородской агломерации с позиции рекреационного туризма – богатый туристский потенциал. Он способен удовлетворить спрос рекреантов Н.Новгорода, городов-спутников, сельской местности. Организация восстановления работоспособности, экскурсионного обслуживания рекреантов и их оздоровления находит отражение в программах социально-экономического развития.

¹ Записки краеведов / [Сост. Н.И. Куприянова]. Горький: Волго-Вятское кн. изд-во, 1983. 199 с.

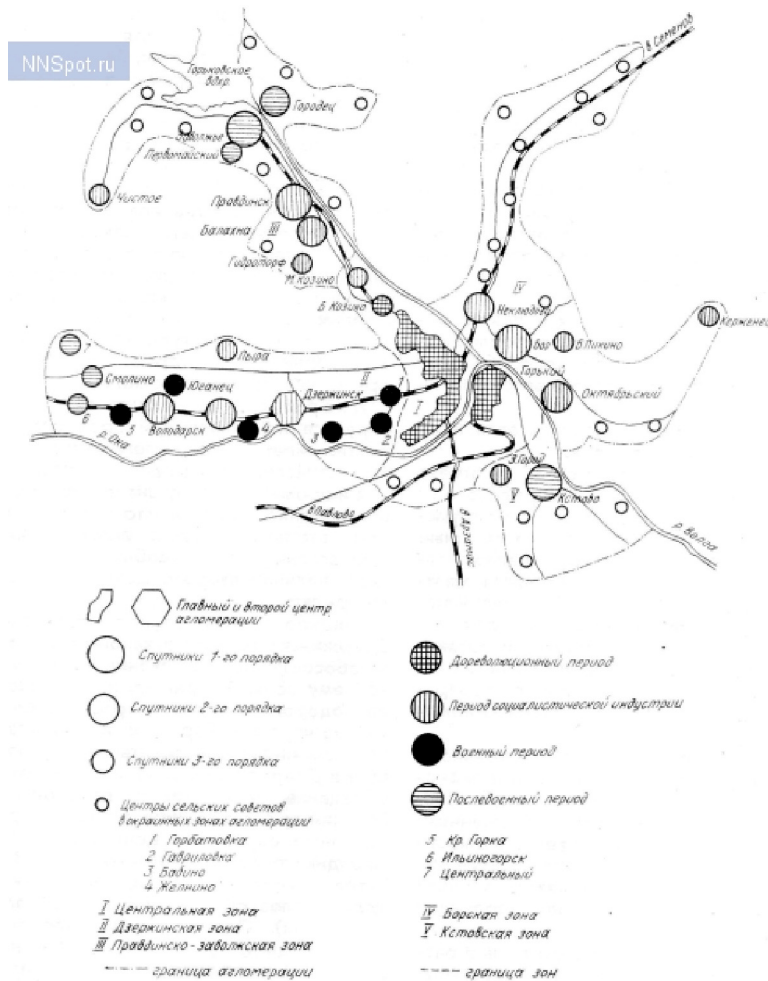


Рис. Схема Горьковской агломерации (по В.М. Смирновой).
www.nnsport.ru

В принятых программах сферы рекреации и туристической деятельности являются столпами развития территории. Пространственный анализ туристско-рекреационных ресурсов и взаимоотношений малобюджетных туристских объектов в соответствии с нормами обеспеченности населения такими объектами и приобретение достаточного (в том числе в сельской местности) их уровня, актуализирует стресс-фактор транспортной определенности. Значимые объекты туристско-рекреационной сферы концентрируются вдоль транспортных выездных магистралей и исторического ядра агломерации и тяготеют к местам с высоким природно-рекреационным потенциалом.

Рекреационному туризму Нижегородской агломерации присущи такие черты:

- иррадиация в весенне-летний период и рождественских каникул;
- эктазия в период межсезонья;
- комбинирование агломерированных маятниковых миграций населения с рекреационными типами связей.

Фундирующими стресс-факторами рекреационного туризма Нижегородской агломерации являются:

- особенность менеджмента туризма – размещение управленческих структур в историческом ядре агломерации,
- специальная туринфраструктура и реверсивные потоки рекреантов;
- привлекательность планировочной структуры ядра и городов-спутников;
- наличие значительных сельских территорий, обладающих весомым туристско-рекреационным потенциалом.

В настоящее время Нижегородская агломерация увеличилась по площади и вбирает в себя значительное количество населения – более 65 % Нижегородской области, со средней плотностью 508,6 чел/ км² (таблица). Поэтому требуется создание и внедрение рекреационных маршрутов для жителей и гостей агломерации, которые были бы разноплановыми для преимущественно малобюджетных и плоскостных туристских общеобъектов и месту отдыха рекреантов с учетом их эстетических, познавательных и потребительских возможностей.

Состав и оценка численности населения Нижегородской агломерации [13]

Название муниципального образования	Территория, км ² 2020 г.	Плотность населения, чел/км ² 2020 г.	Население, чел.		
			01.2009	01.2011	01.2020
Нижний Новгород	410,68	3096,7	1 280 355	1 261 549	г.о.1 271 767 (1 252 236)
Дзержинск	421,53	566,6	254 440	250 913	г.о. 238 841 (229 000)
Балахнинский район	896,59	79,0	78 592	77 432	75 698
Богородский район	1 459,00	48,5	65 841	65 623	59 357
Борский район	3 584,28	33,0	117 490	120 896	г.о. 118 156
Городецкий район	1 482,72	58,1	92 984	91 212	85 620
Кстовский район	1 224,97	102,8	113 015	112 832	125 938
Павловский район	1 097,107	84,1	100 202	100 695	92 394
Вся агломерация	10 576,877	508,6	2 102 919	2 081 152	2 067 771
Доля в Нижегородской обл., %	13,75	Сред. по области 41,8	63,95	62,92	64,5

С позиции управления и выработки разноуровневой туристской политики определяющее значение имеют туристско-рекреационные ресурсы территориального образования. Наиболее подробно рекреационные ресурсы Нижегород-

ской области исследованы в трудах Н.Н. Гировки [5–7], где он указывает, что «...на структуру и географические закономерности распределения ресурсного потенциала рекреации и туризма любой территории оказывают значительное влияние факторы локального иерархического уровня, что основано на объектном восприятии, конкретных оценок и использовании ресурсов человеком (туристом)» [5, с. 216]. Но в его исследованиях мало уделяется внимания attractiveness рекреационному потенциалу Нижегородской агломерации.

Оценим структуру управления туризмом в Нижегородской области и г.о.г. Н.Новгород. Управление на уровне региона осуществляется департаментом туризма и народных художественных промыслов, подчиняющимся министру культуры и зампреда правительства Нижегородской области; на уровне городского округа – МАУ Управление по туризму города Нижнего Новгорода.

В работе Д.Ю. Десятниченко, Е.А. Куклина подчеркивается необходимость системного подхода к управлению сложными туристско-рекреационными зонами [15]. Д.Н. Боровинская систематизирует факторы развития регионального туризма с позиции разных научных подходов [21].

Управление туризмом невозможно без современного контент-рекламного сопровождения с использованием всего комплекса мультимедиаинформации. Особенности содержания официального регионального туристского сайта [16].

После Covid-пандемии–2020 развитие рекреационного туризма в Нижегородской агломерации может стать приоритетным экономическим направлением и осуществляться в следующих направлениях:

- прогулки и занятия физкультурой на спортивных территориях (лыжных, теннисных, хоккейных, футбольных базах), с использованием городских парков и непосредственно лесопарков, примыкающих к центру агломерации;
- сельский туризм, о необходимости развития которого высказываются А.В. Ломовцева, Т.А. Артемьева [17];
- туризм, способствующий познанию объектов историко-культурного наследия, природного наследия, монастырей, храмов и др.;
- общеоздоровительный и лечебный туризм в специализированных санаториях, пансионатах, спортивно-оздоровительных детских лагерях;
- казуальный туризм как инструмент для привлечения туристов, для участия или наблюдения за событием, в целях повышения привлекательности Нижегородской области.

Можно предложить использование следующих рекреационных территорий:

1. Исторические территории и объекты, например, Николо-Погост, древнейшее село Поволжья, основанное в XII в. село Великий Враг, Зименки, Безводное, памятник природы регионального значения – территория Желнино – Пушкино – Сейма.

2. Территории старых спортивных баз и детских лагерей. Рассмотрим объект в Городецком районе. Недалеко от исторической р. Узола, у деревни Смольки располагается заброшенный пионерский лагерь «Звездочка», с сохранившейся инфраструктурой. Расстояние от Нижнего Новгорода примерно 50 км по Старогородецкой дороге. Обширная территория находится в хвойном лесу. На территории располагаются множество больших 1-этажных корпусов. В каждом корпусе примерно 3–5 комнат на 4 кровати. Помимо больших корпусов, есть и маленькие домики на 1–2 комнаты, комнаты по площади рассчитаны на 2 чел. Территория хвойного леса позволяет проводить спортивно-оздоровительные мероприятия: спортивное ориентирование, кроссы, «охота на лис» – радиопеленгация. На свежем воздухе можно соорудить веревочный парк, как для взрослых, так и для детей.

3. Разнообразные водные объекты. Заслуживает внимания рекреационные маршруты по берегам рек Волга и Ока. Причем площадку для рекреационного туризма можно заложить в Н.Новгороде от Канавинского моста и продолжить маршрут до деревни Новинки Богородского направления. Крутой склон реки Оки с уникальной природой можно использовать для нахождения геологических остатков татарского яруса. Село Великий Враг до купели за селом Безводное в Кстовском районе имеет богатую историю, уникальный ландшафт и геологическое строение. На данном маршруте есть источники минеральной воды, извлекаемой с глубины 80–90 м. Необходимо учесть многочисленные источники, родники, находящиеся в пределах агломерации, озера, например Павловского района, ООПТ оз. Тосканка.

4. Памятники, захоронения, мемориалы, которые являются хранителями истории. В Нижегородской агломерации для осуществления когнитивного рекреационного туризма есть большой потенциал. Нижегородские некрополи в целом занимают площадь свыше 560 га. Старинное кладбище «Бугровское» в Нижнем Новгороде основано в 1890 г. Первоначально оно называлось Красным, по цвету своеобразной кирпичной ограды, где был захоронен купец-старообрядец, домовладелец Н.А. Бугров. Сейчас официальное название – Кладбище по ул. Пушкина. На территории, отведенной под Кладбище по ул. Пушкина, похоронены именитые нижегородцы, над братскими погребениями установлены памятные монументы. Здесь действует церковь Успения Пресвятой Богородицы. Это кирпичная пятиглавая церковь со звонницей построена в 1914 г. в стиле новгородского зодчества по проекту архитектора Владимира Покровского. В 1960-х гг. здание церкви было передано старообрядческой общине взамен снесенной на Суетинке. В настоящее время храм является кафедральным собором Нижегородской и Владимирской епархии Русской православной старообрядческой церкви.

Следующее крупное кладбище в Нижнем Новгороде – Старо-Автозаводское – основано в 1938 г. Здесь находятся братские захоронения времен Вели-

кой Отечественной войны, воинские погребения, могилы известных нижегородцев, героев войны и труда. В центре территории – грандиозные памятники захоронения авторитетных людей города.

Крупное многоконфессиональное кладбище в Нижнем Новгороде «Марьи́на Ро́ща» основано в 1938 г. Некрополь занимает часть охраняемого широколиственного леса. На отведенной площади под кладбище «Марьи́на Ро́ща», выделены православный, еврейский и татарский участки. Здесь расположены могилы известных нижегородцев, монументы воинской славы. С 1999 г. действует Всехсвятская церковь, а на подъезде к кладбищу с ул. Медицинская – храм во имя Иконы Богородицы «Державная». Все вышеперечисленное требует организации туризма на европейском уровне, например, как посещение кладбища в городке Сент-Женевьев-де-Буа в 30 км к югу от Парижа, на котором покоятся русские эмигранты.

5. Исторические, общественно-архитектурные здания во всех районах агломерации, некоторые из которых находятся в печальном состоянии, например: комплекс зданий ПАО «Сормово», Здание заводоуправления, жилой дом с торговым помещением Н.А. Мочалова, Казанская церковь в селе Ближнее Константиново, Гимназический манеж Александровского дворянского института, административное здание телефонного завода товарищества «Сименс и Гальске», дом завода «Нефтегаз», ансамбль застройки жилых кварталов № 3,4 Соцгорода автозавода, металлические конструкции павильонов Центрального здания Всероссийских выставок 1882 и 1896 гг. и др.

6. Объекты рекреационных территорий малобюджетных и плоскостных туристских сооружений по месту проживания рекреантов. Например, так было сделано при подготовке к проведению Чемпионата мира по футболу-2018 на проспекте Молодежный в г.о.г. Нижнем Новгороде. По проспекту в жилых кварталах были оборудованы спортивные многопрофильные площадки для занятий спортом в любое время года.

7. Зеленый город, который находится в пределах городской черты г.о. Н.Новгород, он включает в себя большое количество объектов уникальной природы, есть источник минеральной воды «Горьковская» и доступная рекреационная инфраструктура, представленная лечебными центрами. При этом стоит отметить, что бездумное посещение рекреантами с различными целями на территорию приводит к деградации эксклюзивной местности. Ярким примером являются Малышевские гривы, Стригинский бор – особо охраняемые памятники природы, находящиеся в городской черте Нижнего Новгорода. Указанные ООПТ, подвергающиеся антропогенному воздействию, быстро деградируют и стали объектом складирования мусора.

Кроме того, следует расширить физкультурные и оздоровительные услуги рекреантам. Учреждения дополнительного образования и физкультуры, оказывающие спортивно-оздоровительные услуги, должны опираться на следующие

принципы: услуги физкультурно-спортивной направленности должны соответствовать потребностям потенциальных рекреантов, соответствовать возможностям учреждения, нацелены на полное удовлетворение потребностей рекреантов и осуществление единой стратегии для адекватного реагирования на изменяющийся спрос [8].

Поскольку Нижегородская агломерация включает в себя множество познавательных, культурно-исторических, рекреационных территорий, заслуживающих внимания рекреантов, следует учитывать возрастно-гендерные, тематические различия и аттрактивность туристов при разработке маршрутов посещений. Следовательно, для активизации рекреационного туризма в агломерации необходимо повышение инвестиционной привлекательности, развитие рекреационного регионального кластера, развитие туристско-рекреационных зон, что отображено в работах И.Г. Куфтырева [16], Е.Ф. Чеберко, А.В. Маевский [20], А.В. Ломовцевой, Т.А. Артемьевой [17, 18].

В Стратегии социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года в п. 3.2.7 стратегической задачей развития туризма в регионе указывается «активизация кластерного подхода в развитии туристско-рекреационных зон», а задачей 1 – «разработка зонтичного бренда и бренд-бука» [2]. С сожалением стоит констатировать, что по отношению к агломерации такие подходы до сих пор не используются. К. Динни [9, с.22], Н.Ю. Власова, Е.С. Куликова [10] подчеркивают в своих работах, что имидж бренда города – определяющий критерий, увеличительное стекло, сквозь которое рассматривают информацию, относящуюся к инвестициям. Н.Ю. Власова, Е.С. Куликова [10] приводят подробный анализ зонтичного бренда территории с многочисленными примерами, которые есть в России.

Поэтому необходима скорейшая разработка и использование зонтичного бренда Нижегородской агломерации, так как она базируется на городской идентичности, планировочно-архитектурном, природном и рекреационном потенциале, территориальном капитале, позволяющем привлечь рекреантов и инвестиции со стороны стейкхолдеров. В российской практике главным стейкхолдером зонтичного бренда рекреационной территории являются разноуровневые органы власти. В.В. Кулибанова, Т.Р. Тэор [11] подчеркивают необходимость выявления стейкхолдеров, существенных для конкретного региона, и определения их уровня воздействия на социально-экономическое развитие региона; выявления имеющихся у них рычагов воздействия на лица, отвечающие за решения региональной туристской политики. При этом подчеркивается, что каждая группа может состоять из множества подгрупп, интересы каждой из них должны быть тщательно изучены [11].

Для формирования и развития зонтичного бренда необходимо всестороннее создание объектов рекреационной инфраструктуры малобюджетных и плоскостных спортивных сооружений по месту учебы, месту работы, месту жительства и месту отдыха граждан в соответствии с транспортной инфра-

структурой Нижегородской агломерации. Для сложных экономических систем (какой является Нижегородская агломерация), внедряющих зонтичный бренд, необходим квалифицированный кадровый потенциал. Осуществление данной задачи возможно благодаря созданию «технологий фабрик грядущего» (Factories to come), направленных на формирование систематических знаний в области новых ключевых business process и экономики рекреационных территорий. Фабрики грядущего предполагают всеобщую цифровизацию производственных процессов и обеспечивают проектирование и производство многоохватной конкурентоспособной продукции стейкхолдеров. основополагающим инструментом и одновременно продуктом фабрик грядущего становятся цифровые площадки разработок и управления сложных экономических систем, а также «цифровые копии» (Digital Copies) продуктов и процессов стейкхолдеров. Важную роль в этом направлении должны играть совместные интеграционные планы и их реализация учебных заведений государства и предприятий стейкхолдеров [12]. Анализ предпочтений туристско-рекреационных объектов и маршрутов требует дополнительных исследований, что связано с различными по времени нахождения на территории рекреантами, по достижению ими рекреационного эффекта, аттрактивностью объектов и т.п.

При этом необходимо сохранять рекреационную территорию Нижегородской агломерации в максимальной привлекательности. Бренд рекреационных территорий Нижегородской агломерации должен быть единым динамичным организмом, а не статичным памятником. Управление рекреационным туризмом должно быть направлено на объединение богатого культурного наследия предшествующих поколений и вновь созданных объектов, а также событий, способных привлекать жителей и гостей агломерации, всемирное общество. Нижегородская агломерация – рекреационный зонтичный бренд, он должен быть дружественным и постоянно адаптироваться под изменяющиеся требования рекреантов. Иначе он будет не доброжелателен и не интересен самим жителям и рекреантам, которые не захотят приезжать и возвращаться.

Список литературы

1. Перечень поручений по итогам заседания Совета по развитию физической культуры и спорта, состоявшегося 6 октября 2020 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/64309> (дата обращения: 15.12.2020).

2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]: утв. Распоряжением Правительства Рос. Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. – URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 25.11.2020).

3. Стратегия социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года [Электронный ресурс]: утв. постановлением правительства Нижегородской обл. от 21 декабря 2018 г. № 889. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/465587311> (дата обращения: 29.01.2021).

4. Иваньковский С.Л., Иваньковская Н.А. География и территориальная организация населения. – Н.Новгород: Изд-во НГПУ, 2011. – 235 с.

5. Гировка Н.Н. Рекреационные ресурсы. – Н.Новгород: Изд-во НГАСУ, 2012. – 332 с.

6. Гировка Н.Н. Туристско-рекреационные ресурсы территорий: предпосылки формирования: моногр. – Н.Новгород: Изд-во НГАСУ, 2015. – 294 с.

7. Гировка Н. Н. Туристско-рекреационные ресурсы территорий: основы организации. – Н.Новгород: Изд-во НГАСУ, 2019. – 308 с.

8. Иваньковский С.Л. Проблемы и перспективы управления физкультурно-спортивной деятельностью в регионе // Спортивный менеджмент: актуальные проблемы, практический опыт и перспективы: сб. ст. – Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. – С.43-46.

9. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 327 с.

10. Власова Н.Ю., Куликова Е.С. Альянсы брендов и зонтичный бренд в стратегиях продвижения территории // Управленец. – 2017. – № 3(67). – С. 40–51.

11. Кулибанова В.В., Тэор Т.Р. Выявление важнейших групп стейкхолдеров для целей реализации политики территориального брендинга в Санкт-Петербурге // Балтийский регион. – 2017. – Т. 9, № 3. – С. 128–149.

12. Трофимов О.В., Фролов В.Г., Иваньковский С.Л. Устойчивое и сбалансированное развитие сложных экономических систем в условиях концепции «Индустрия 4.0» // Россия, Европа, Азия: Цифровизация глобального пространства: сб. науч. тр. – Ставрополь: Секвойя, 2020. – С. 695–699.

13. Численность населения муниципальных образований Нижегородской области на 1 января 2020 года // Сборник территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. – URL: https://nizhstat.gks.ru/publication_collection/document/41619

14. География туризма: учеб. / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина; Федер. агентство по туризму. – М., 2014. – 336 с.

15. Десятниченко Д.Ю., Куклина Е.А. Управление развитием туризма и рекреации в регионе: теоретические основы и практические направления деятельности // Управленческое консультирование. – 2016. – № 5. – С. 68–74.

16. Куфтырев И.Г. Развитие туристического сектора Нижегородской области как отраслевого рынка в рамках региональной инновационной системы [Электронный ресурс]. – Н.Новгород, 2012. – URL: <http://www.unn.ru/pages/e-library/methodmaterial/files/160.pdf> (дата обращения: 30.11.2020).

17. Ломовцева А.В., Артемьева Т.А. Развитие сельскохозяйственного туризма в Нижегородской области [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2017. – № 1. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/01/13655> (дата обращения: 17.10.2020).

18. Ломовцева А.В., Артемьева Т.А. Кластерный подход к обеспечению развития туризма в Нижегородской области [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 6. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/06/12154> (дата обращения: 19.10.2020).

19. Карпова Г.А. Стратегические направления формирования и развития туристско-рекреационных зон в России // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2019. – № 4. – С. 85–86.

20. Чеберко Е.Ф., Маевский А.В. Развитие сферы рекреации и туризма как фактор повышения инвестиционной привлекательности региона // Управленческое консультирование. – 2017. – № 9. – С. 82–91.

21. Боровинская Д.Н. Туризм: современные подходы к исследованию // Философия и культура. – 2018. – № 2. – С. 14–23.

References

1. Perechen' poruchenii po itogam zasedaniia Soveta po razvitiuu fizicheskoi kul'tury i sporta, sostoiavshegosia 6 oktiabria 2020 goda [The list of instructions recommended at the meeting of the Council for the development of physical culture and sports, held on October 6, 2020]. Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/64309> (accessed 15.12.2020).

2. Strategiiia razvitiia turizma v Rossiiskoi Federatsii na period do 2035 goda [Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2035]. Order of the RF Government dated 20/09/2019 No. 2129-r, available at: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (accessed 25.11.2020).

3. Strategiiia sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia Nizhegorodskoi oblasti do 2035 goda [Socio-economic development strategy of the Nizhny Novgorod region up to 2035]. Decree of the Government of the Nizhny Novgorod region dated 21/12/2018 No. 889, available at: <http://docs.cntd.ru/document/465587311> (accessed 29.01.2021).

4. Ivan'kovskii S.L., Ivan'kovskaia N.A. Geografiia i territorial'naia organizatsiia naseleniia [Geography and territorial organization of the population]. Nizhny Novgorod, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, 2011, 235 p.

5. Girovka N.N. Rekreatsionnye resursy [Recreational resources]. Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering, 2012, 332 p.

6. Girovka N.N. Turistsko-rekreatsionnye resursy territorii: predposylki formirovaniia [Tourist and recreational resources of territories: Formation preconditions]. Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering, 2015, 294 p.

7. Girovka N.N. Turistsko-rekreatsionnye resursy territorii: osnovy organizatsii [Tourist and recreational resources of territories: Organization basics]. Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering, 2019, 308 p.

8. Ivan'kovskii S.L. Problemy i perspektivy upravleniia fizkul'turno-sportivnoi deiatel'nost'iu v regione [Problems and perspectives of physical culture and sports activity management in the region]. *Sportivnyi menedzhment: aktual'nye problemy, prakticheskii opyt i perspektivy*, Nizhny Novgorod, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, 2020, pp. 43–46.

9. Dinny K. Branding territories. The best world practices (Russ. ed.: Dinni K. Brending territorii. Luchshie mirovye praktiki. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2013, 327 p.).

10. Vlasova N.Iu., Kulikova E.S. Al'iansy brendov i zontichnyi brend v strategiiakh prodvizheniia territorii [Brand alliances and umbrella branding in place promotion strategies]. *Upravlenets*, 2017, no. 3(67), pp. 40–51.

11. Kulibanova V.V., Teor T.R. Vyivlenie vazhneishikh grupp steikkholderov dlia tselei realizatsii politiki territorial'nogo brendinga v Sankt-Peterburge [Identifying key stakeholder groups for implementing a place branding policy in Saint Petersburg]. *Baltiiskii region*, 2017, vol. 9, no. 3, pp. 128–149.

12. Trofimov O.V., Frolov V.G., Ivan'kovskii S.L. Ustoichivoe i sbalansirovannoe razvitie slozhnykh ekonomicheskikh sistem v usloviakh kontseptsii “Industriia 4.0” [Sustainable and balanced development of complex economic systems in concept of “Industry 4.0”]. *Rossii, Evropa, Aziia: Tsifrovizatsiia global'nogo prostranstva*, Stavropol, Sekvoia, 2020, pp. 695–699.

13. Chislennost' naseleniia munitsipal'nykh obrazovanii Nizhegorodskoi oblasti na 1 ianvaria 2020 goda [The population of Nizhny Novgorod municipalities for 01.01.2020]. *Sbornik territorial'nogo organa Federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki po Nizhegorodskoi oblasti*, available at: https://nizhstat.gks.ru/publication_collection/document/41619 (accessed 30.11.2021).

14. Kruzhalin V.I., Mironenko N.S., Zigern-Korn N.V., Shabalina N.V. Geografiia turizma [Geography of tourism]. Moscow, Federal Tourism Agency, 2014, 336 p.

15. Desiatnichenko D.Iu., Kuklina E.A. Upravlenie razvitiem turizma i rekreatsii v regione: teoreticheskie osnovy i prakticheskie napravleniia deiatel'nosti [Management of development tourism and recreation in the region: The theoretical basis and practical directions of activity]. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, 2016, no. 5, pp. 68–74.

16. Kuftyrev I.G. Razvitie turistichestkogo sektora Nizhegorodskoi oblasti kak otraslevogo rynka v ramkakh regional'noi innovatsionnoi sistemy [Development of the tourism sector of the Nizhny Novgorod region as an industry market within the framework of the regional innovation system]. Nizhny Novgorod, 2012, available at: <http://www.unn.ru/pages/e-library/methodmaterial/files/160.pdf> (accessed 30.11.2020).

17. Lomovtseva A.V., Artem'eva T.A. Razvitie sel'skokhoziaistvennogo turizma v Nizhegorodskoi oblasti [The development of agricultural tourism in Nizhny Novgorod region]. *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologii*, 2017, no. 1, available at: <http://ekono-mika.snauka.ru/2017/01/13655> (accessed 17.10.2020).

18. Lomovtseva A.V., Artem'eva T.A. Klasternyi podkhod k obespecheniiu razvitiia turizma v Nizhegorodskoi oblasti [The cluster approach to development of tourism in Nizhny Novgorod region]. *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologii*, 2016, no. 6, available at: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/06/12154> (accessed 19.10.2020).

19. Karpova G.A. Strategicheskie napravleniia formirovaniia i razvitiia turistsko-rekreatsionnykh zon v Rossii [Strategic directions of the formation and development of tourist-recreational zones in Russia]. *Izvestiia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2019, no. 4, pp. 85–86.

20. Cheberko E.F., Maevskii A.V. Razvitie sfery rekreatsii i turizma kak faktor povysheniia investitsionnoi privlekatel'nosti regiona [Development of the sphere of recreation and tourism as a factor of increasing the investment attractiveness of the region]. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, 2017, no. 9, pp. 82–91.

21. Borovinskaia D.N. Turizm: sovremennye podkhody k issledovaniiu [Tourism: Modern approaches to research]. *Filosofia i kul'tura*, 2018, no. 2, pp. 14–23.

Оригинальность 76 %

Получено 12.02.2021 Принято 15.03.2021 Опубликовано 30.06.2021

S.L. Ivankovsky, I.A. Sudarikova

TRENDS IN RECREATIONAL TOURISM MANAGEMENT IN THE NIZHNY NOVGOROD AGGLOMERATION

The work assesses the development of recreational tourism and its management in the Nizhny Novgorod agglomeration. The authors believe that one of the goals of managing recreational tourism at the present stage is to determine its avenue and develop low-budget tourist facilities on various territories

of the Nizhny Novgorod agglomeration. In the article, the object of the study is the territory of the Nizhny Novgorod agglomeration, which has high attractiveness for tourists.

The authors distinguish the capital factors of recreational tourism of the agglomeration system, general features of the development of the Nizhny Novgorod agglomeration system. The authors argue that the established practice of management relations concerning region-agglomeration and municipal units within the Nizhny Novgorod agglomeration requires a special study and a comprehensive system analysis. Obviously, in order to improve recreational areas, it becomes necessary to expand the range of potential objects and management methods. The article shows the ratio of established factors and rich recreational potential in order to identify promising directions of management of recreational tourism in modern socio-economic conditions.

The authors' conclusions regarding the management of recreational tourism in modern conditions expose the need to form an umbrella brand and actively exploit recreational resources in the Nizhny Novgorod agglomeration, to create low-budget flatwork objects for tourists. The trend nature of managing recreational tourism of the Nizhny Novgorod agglomeration manifests itself in the comprehensive coordination of all structures of municipalities and the commensurable improvement of the agglomeration infrastructure for sightseers. It is justified that joint integration plans of the authorities and stakeholders should play an important role in the effective management of recreational tourism in the agglomeration system.

Keywords: recreational tourism, umbrella brand, tourist, agglomeration, tourism infrastructure, tourism management.

Sergei L. Ivankovsky – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Economics of Enterprises and Organizations, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, e-mail: ivankovskiy@iee.unn.ru, lew1968@mail.ru.

Irina A. Sudarikova – Lecturer, Department of Management in Sports, Faculty of Physical Culture and Sports, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod (UNN) E-mail: lebedevairine@gmail.com.

Received 12.02.2021

Accepted 15.03.2021

Published 30.06.2021