

ОБРАЗОВАНИЕ, ВОСПИТАНИЕ И ПРОСВЕЩЕНИЕ

УДК 338.48, 379.8

DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-1-36-45

ПОВЫШЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЗА СЧЕТ РЕКОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ ДОМОВ ОТДЫХА В ТУРИСТСКИЕ АТТРАКЦИИ

ИВАНЬКОВА Анна Петровна,

Средняя общеобразовательная школа № 6 (Балашиха, РФ);

Учитель географии (туризм); e-mail: 143144@mail.ru

Аннотация. Настоящая статья посвящена анализу потенциала территориального развития, реализуемого через стратегическое перепрофилирование устаревших домов отдыха в современные и конкурентоспособные объекты туристского показа. Автор рассматривает данный процесс как ключевой драйвер для увеличения турпотока и экономической активизации регионов. В работе систематизированы наиболее перспективные виды туризма, способные обеспечить устойчивый спрос: культурно-познавательный, гастрономический, событийный, активный (включая спортивный и приключенческий), оздоровительный, экологический (с фокусом на глубокое погружение в природу) и семейно-ориентированный отдых. Основное содержание исследования сфокусировано на методологии комплексной модернизации рекреационных комплексов. Предлагаемая модель включает создание уникальных тематических концепций (таких как эко-резорты, аутентичные этнографические кластеры, wellness- и спа-центры премиум-класса), кардинальное обновление материально-технической базы и стандартов обслуживания, а также глубинную интеграцию с локальным природным и историко-культурным наследием. Особый акцент в статье также сделан на неразрывной связи коммерческой эффективности проектов с принципами устойчивого развития и социальной ответственности бизнеса. Доказывается, что конечной целью преобразования должно стать формирование высококачественной рекреационной среды, которая не только удовлетворяет запросы туристов, но и вносит вклад в укрепление здоровья и повышение качества жизни местного населения, обеспечивая тем самым долгосрочную устойчивость развития территории.

Ключевые слова: дома отдыха, медицинский туризм, активный туризм, событийный туризм, туристские аттракции, увеличение туристского потока, культурно-исторический туризм, гастрономический туризм, экотуризм, семейный туризм, сервисный дизайн, устойчивое развитие, социальная ответственность

Для цитирования: Иванькова, А. П. Повышение туристской привлекательности за счет реконцептуализации домов отдыха в туристские аттракции // Сервис плюс. 2026. Т. 20 № 1. С. 36–45. DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-1-36-45.

Статья поступила в редакцию: 08.01.2026.

Статья принята к публикации: 16.02.2026.

EDUCATION, UPBRINGING AND ENLIGHTENMENT

UDC 338.48, 379.8

DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-1-36-45

INCREASING TOURIST ATTRACTIVENESS THROUGH THE RE-CONCEPTUALIZATION OF RECREATION CENTERS INTO TOURIST ATTRACTIONS

Anna P. IVANKOVA,

Secondary school No. 6 (Balashikha, Russia);

Geography teacher (tourism); e-mail: 143144@mail.ru

Abstract. This article is devoted to analyzing the potential for territorial development realized through the strategic repurposing of outdated recreational facilities (recreation centers) into modern and competitive tourist attractions. The author considers this process a key driver for increasing tourist flow and stimulating regional economic activity. The study systematizes the most promising types of tourism capable of ensuring sustainable demand: cultural and educational, gastronomic, event-based, active (including sports and adventure), wellness, ecological (with a focus on deep immersion in nature), and family-oriented recreation. The main content of the research is focused on the methodology for the comprehensive modernization of recreational complexes. The proposed model includes creating unique thematic concepts (such as eco-resorts, authentic ethnographic clusters, premium wellness and spa centers), radically updating the material and technical base and service standards, and achieving deep integration with local natural and historical-cultural heritage. Special emphasis is also placed on the inextricable link between the commercial efficiency of projects and the principles of sustainable development and corporate social responsibility. It is argued that the ultimate goal of the transformations should be the formation of a high-quality recreational environment that not only meets the demands of tourists but also contributes to strengthening the health and improving the life quality of the local population, thereby ensuring the long-term sustainability of the territory's development.

Keywords: recreation centers, medical tourism, active tourism, event tourism, tourist attractions, increasing tourist flow, cultural and historical tourism, gastronomic tourism, ecotourism, family tourism, service design, sustainable development, social responsibility

For citation: Ivankova, A. P. (2026). Increasing tourist attractiveness through the re-conceptualization of recreation centers into tourist attractions. *Service plus*, 20(1), 36–45. DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-1-36-45. (In Russ.).

Submitted: 08/01/2026.

Accepted: 16/02/2026.

Введение

Стимулирование туристической индустрии признается важным драйвером региональной экономики, поскольку ведет к трудоустройству населения, росту его благосостояния и улучшению инвестиционного имиджа территории. Ввиду высокой конкуренции в этой сфере ключевой задачей становится разработка новых методов привлечения туристов. Перспективной стратегией считается модернизация домов отдыха в комплексные туристские объекты, интегрирующие wellness-практики, экологический, культурный и активный виды досуга [2]. Объектом исследования выступают дома отдыха как тип рекреационных учреждений на территории Российской Федерации. Предмет исследования – механизмы и модели их трансформации в конкурентоспособные туристские аттракционы. Цель исследования – разработать методику реконцептуализации домов отдыха, направленную на повышение туристской привлекательности и устойчивое развитие регионов.

Необходимость данного исследования продиктована растущим запросом рынка на уникальные, персонализированные и инновационные турпродукты, а также потребностью в оживлении туристской активности в слаборазвитых регионах и развития внутреннего туризма [7; 10]. Однако в научной литературе остается недостаточно изученным вопрос о системном подходе к реконцептуализации домов отдыха с учетом современных трендов туристической индустрии и принципов устойчивого развития. В частности, не решены проблемы интеграции локальных ресурсов в концепцию объектов, разработки верифицируемых моделей трансформации и оценки их эффективности на различных территориях.

К основным проблемам отрасли относятся нерациональное использование природно-культурного наследия, неразвитость инфраструктуры, неэффективный маркетинг и невысокое качество обслуживания. Проведенный обзор научной литературы позволяет констатировать, что эффективная конверсия домов отдыха в востребованные туристские объекты требует комплексной стратегии. Ее ключевыми элементами, согласно исследованиям, являются глубокая интеграция с уникальными активами территории, создание аутентичных продуктов и их

последовательная коммуникация на рынке [3; 10; 13]. В данной статье рассматриваются пути развития рекреационных комплексов как действенного механизма для стимулирования туристского потока, содействия устойчивому развитию регионов и укрепления общественного здоровья.

Актуальность настоящего исследования подчеркивается значительным вниманием научного сообщества к проблематике территориального развития через ревитализацию и перепрофилирование объектов рекреации. Увеличение туристского потока во многом обеспечивается за счет диверсификации предлагаемых услуг и новых видов туризма [11; 12]; в табл. 1 представлен анализ ключевых направлений туризма.

Для осуществления углубленного анализа целесообразно обособить ключевые преимущества и системные проблемы домов отдыха, действующих на территории Российской Федерации. Анализ современных исследований [1; 3; 5; 6; 7; 10] позволяет констатировать, что, несмотря на общее признание значительного потенциала этих объектов, до сих пор не предложено комплексной методологии их трансформации, учитывающей как рыночные тренды (персонализацию, digital-продвижение), так и императивы устойчивого развития. В частности, в научной литературе остаются дискуссионными и слабо проработанными вопросы: разработки верифицируемых моделей реконцептуализации, применимых к различным типам территорий; оценки экономической эффективности глубокой интеграции с локальными сообществами; создания методик для перехода от стандартизированного сервиса к созданию уникального туристского опыта (experience). К сильным сторонам относятся значительные природно-ресурсные возможности: уникальные ландшафты в виде лесных массивов, озерных систем, горных хребтов и минеральных источников формируют благоприятные условия для развития рекреационных комплексов в регионах Кавказа, Алтая, озера Байкал и Карелии. Дополнительным преимуществом выступает их транспортная доступность. Расположение в непосредственной близости от крупных городских агломераций обеспечивает привлекательность для краткосрочного отдыха, что особенно актуально для населения мегаполисов, ориентированного на оперативную

Повышение туристской привлекательности за счет реконцептуализации домов отдыха в туристские аттракционы

Табл. 1. Основные направления туризма

Table 1. The main tourism directions

Вид туризма	Краткое описание
Культурно-познавательный туризм	Направлен на гостей, увлеченных историческим наследием, архитектурой, музейными экспозициями и народными традициями. Аутентичные достопримечательности, познавательные программы и культурные события способствуют формированию уникального образа территории, повышая ее привлекательность
Гастрономический туризм	Сфокусирован на знакомстве с региональной кулинарией, уникальными продуктами и напитками. Участие в дегустациях, кулинарных занятиях и гастрономических праздниках становится ключевым мотиватором для посещения региона ценителями вкусов и новых гастрономических впечатлений
Событийный туризм	Связывает турпоток с проведением масштабных мероприятий: музыкальных фестивалей, концертов, спортивных турниров и т.д. Подобные события генерируют краткосрочный ажиотаж, концентрируя туристов в определенные даты и способствуя росту узнаваемости места
Активный отдых	Объединяет различные формы физической активности на природе: пеший и велотуризм, скалолазание, сплавы и др. Это направление пользуется спросом у сторонников ЗОЖ и любителей экстрима, особенно в локациях с живописным и разнообразным ландшафтом
Оздоровительный туризм	Основывается на предложении программ для улучшения самочувствия, включая спа-процедуры, термальные источники и иные wellness-услуги на фоне природных красот. Целевой аудиторией являются люди, уделяющие внимание состоянию своего организма, что стимулирует развитие сопутствующей инфраструктуры
Экологический туризм	Направление, пропагандирующее бережное отношение к окружающей среде и отдых в гармонии с природой. Посещение национальных парков, заповедных зон и оборудованных экомаршрутов привлекает сознательных путешественников и поддерживает принципы устойчивого развития территорий
Семейный отдых	Ориентирован на создание удобной и безопасной среды для отпуска с детьми. Наличие тематических парков, анимационных программ, специально обустроенных пляжей и отелей, учитывающих потребности семей, повышает конкурентоспособность курорта для этой категории гостей
Рекреационные комплексы (дома отдыха)	Способны выступать ключевым элементом для наращивания турпотока. Выступая не просто местом для размещения, а самостоятельным центром притяжения, они привлекают гостей уникальной атмосферой, специализированным сервисом и широкими возможностями для досуга

смену среды. Помимо этого, наличие в этих локациях богатого культурно-исторического наследия позволяет интегрировать рекреационные практики с экскурсионными программами. Вместе с тем на основе данных социологических опросов и эмпирических наблюдений выявляется комплекс значимых недостатков. Доминирующей проблемой признается устаревшая материально-техническая инфраструктура. Большинство объектов введены десятилетия назад и в настоящее время не соответствуют современным требованиям к уровню комфорта – как в части условий проживания, так и в обустройстве прилегающих зон

[1;3]. Не менее критичной выступает проблема стандартизации услуг: преобладающее большинство домов отдыха реализует однородный спектр сервисов (проживание, питание, бассейн), что подрывает их конкурентные позиции по отношению к зарубежным курортам. Развитие существенно тормозится слабой интеграцией с локальными ресурсами, ввиду чего природно-культурный потенциал регионов эксплуатируется недостаточно полно, снижая общую привлекательность для туристов [5; 6]. Наряду с этим отрицательное воздействие оказывает низкий уровень сервиса, обусловленный дефицитом профессиональной

компетенции персонала и недостаточным вниманием к стандартам обслуживания, что систематически фиксируется в отзывах посетителей. Замыкает перечень проблем недостаточное продвижение на digital-рынке [8], поскольку слабая представленность в интернет-пространстве серьезно ограничивает видимость этих объектов для их целевой аудитории.

На 30-й международной выставке MITT 2024, являющейся ключевой площадкой для демонстрации тенденций в сфере туризма и гостеприимства, особое внимание было уделено развитию домов отдыха в формате программ выходного дня [4].

Проведенный анализ, основанный на материалах выставки и данных исследований, позволил сформулировать ряд стратегических рекомендаций для данного сегмента:

Модернизация материальной базы. Предполагает не просто ремонт, а комплексное обновление и расширение номерного фонда, а также создание комфортных и многофункциональных рекреационных зон.

Диверсификация сервиса. Центральным направлением выступает разработка для посетителей разнообразных тематических программ, интегрирующих wellness-практики, активные формы отдыха, краткие познавательные экскурсии и творческие мастер-классы.

Активное маркетинговое продвижение. Для расширения клиентской базы требуется целенаправленная деятельность в социальных сетях, производство привлекательного видеоконтента, участие в специализированных выставках и формирование партнерств с туроператорами.

Развитие персонала. Повышение качества сервиса напрямую связано с системным обучением сотрудников современным стандартам гостеприимства.

Вовлечение клиентов. Важным элементом является налаживание системы обратной связи для сбора отзывов, а также внедрение программ лояльности для поощрения постоянных гостей.

Внедрение цифровых технологий. Необходимым условием обеспечения конкурентоспособности является внедрение цифровых инструментов онлайн-бронирования, виртуальных туров и аналитики больших данных для персонализации сервисных предложений [8].

Интеграция с локальными сообществами.

Вовлечение представителей местного населения в роли гидов, ремесленников, поваров не только разрешает проблему занятости, но и содействует формированию аутентичного и уникального туристского продукта.

Сформулированные рекомендации носят универсальный характер и составляют ядро предлагаемой методологии трансформации. Данная методология является верифицируемой и может быть применена на различных территориях (например, в горных, приозерных или пригородных локациях). Ключевым адаптивным элементом, определяющим конечную концепцию объекта (табл. 2), выступает результат аудита уникальных региональных активов – природных, культурных, гастрономических. Таким образом, методология задает общий алгоритм действий (диагностика → концептуализация → модернизация → интеграция → продвижение), содержание которого наполняется спецификой конкретного места.

Как отмечает Карпова Г. А. [5] и подтверждают данные опроса, в современных условиях наблюдается стабильно высокий спрос со стороны туристов на качественный, инновационный и при этом доступный по цене сервис, динамика которого усиливается под влиянием процессов глобализации.

Для успешного развития российских домов отдыха недостаточно простого обновления материально-технической базы. Необходима разработка и внедрение принципиально новых концепций, основанных на уникальных региональных особенностях – климате, природном потенциале и культурном наследии [9]. Именно преодоление разрыва между универсальными рекомендациями по модернизации и созданием уникального, территориально-обусловленного продукта является центральной научно-практической проблемой, решению которой посвящено дальнейшее исследование. В табл. 2 систематизированы перспективные стили, концепции и направления, выявленные в ходе исследования, которые могут лечь в основу создания конкурентоспособных и оригинальных рекреационных объектов.

Проведенный SWOT-анализ российских домов отдыха и разработанные стратегические рекомендации позволяют перейти к ключевому вопросу о выборе концептуальной модели их

Повышение туристской привлекательности за счет реконцептуализации домов отдыха в туристские аттракционы

Табл. 2. Перспективные концепции развития домов отдыха
Table 2. Promising concepts for the development of recreation centers

№	Направление	Ключевая идея	Характерные черты
1	Экологические резиденции	Создание пространств, существующих в гармонии с природой и нацеленных на снижение антропогенной нагрузки. Идеальны для заповедных зон (Карелия, Алтай, Байкал, Кавказ)	<ul style="list-style-type: none"> • Строительство из натуральных материалов (древесина, камень) • Внедрение ВИЭ (солнечные батареи, ветрогенераторы) • Организация познавательных маршрутов и волонтерских экологических программ • Лаконичная архитектура, интегрированная в естественный ландшафт
2	Wellness-комплексы	Формирование среды, ориентированной на комплексное оздоровление, психологическую разгрузку и восстановление ресурсов организма. Наиболее востребованы в курортных регионах (Краснодарский край, Крым, Минводы)	<ul style="list-style-type: none"> • Процедуры для релаксации (спа, массаж, йога) • Применение целебных ресурсов территории (минеральные воды, грязи) • Сбалансированное питание на основе фермерских продуктов • Эстетика интерьеров в спокойной цветовой гамме с использованием природных текстур
3	Лайфстайл-курорты	Комбинирование релаксации, развлечений и ведения активного образа жизни. Эффективны в областях с развитой инфраструктурой (Подмосковье, Ленинградская область, Урал)	<ul style="list-style-type: none"> • Современные спортивные объекты (бассейны, спортивные площадки, тренажерные залы) • Регулярная анимационная программа (фестивали, мастер-классы) • Функциональный и комфортный дизайн помещений • Взаимодействие с локациями для активного досуга (веломаршруты, трекинг)
4	Этнографические деревни	Глубокое погружение гостей в традиционную культуру и быт региона. Наилучшим образом реализуются в местах сохранения аутентичных обычаев (Бурятия, Поволжье, Северный Кавказ)	<ul style="list-style-type: none"> • Размещение в аутентичных жилищах (срубы, юрты, чумы) • Интерактивные занятия по народным ремеслам • Знакомство с национальной кухней и фольклором • Оформление, отражающее местные художественные традиции
5	Зимние резиденции	Активное использование потенциала холодного сезона для создания уникального туристского продукта. Перспективны для северных и сибирских регионов.	<ul style="list-style-type: none"> • Инфраструктура для зимних активностей (горнолыжные трассы, катание на хаски) • Сезонные событийные мероприятия (рождественские гуляния, ледовые шоу) • Камерная атмосфера с использованием дерева, каминов, текстиля • Наличие термальных комплексов, бань
6	Урбанистические оазисы	Предложение формата отдыха «город – природа» в пригородных зонах мегаполисов (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург)	<ul style="list-style-type: none"> • Современная архитектура (лофт, минимализм) • Многофункциональные пространства для работы и отдыха • Баланс между близостью к природным объектам и городским комфортом • Вечерняя развлекательная программа
7	Арт-ретриты	Создание условий для творческой реализации и поиска вдохновения в живописной локации (Крым, Алтай, Золотое кольцо)	<ul style="list-style-type: none"> • Творческие мастер-классы и воркшопы • Выставочные площадки для демонстрации работ местных авторов • Креативное оформление территории и интерьеров • Спокойная уединенная обстановка

Increasing tourist attractiveness through the re-conceptualization of recreation centers into tourist attractions

развития. Для определения вектора трансформации необходим сравнительный анализ с мировыми трендами. Российские дома отдыха, наследие советской эпохи, и их зарубежные аналоги (resorts, retreats) проходят путь трансформации от простых мест размещения к комплексным туристским аттракциям. Однако динамика и глубина этой трансформации существенно различаются. Ключевые отличия России и развитых стран в подходах и концепциях представлены в табл. 3.

Сравнительный анализ, представленный в табл. 3, наглядно демонстрирует системный характер отставания российских практик: оно заключается не в отдельных упущениях, а в принципиально разной философии управления. Зарубежный подход, ориентированный на создание

целостного продукта (Product-Driven) и глубоко интегрированного опыта (experience), служит целевой моделью для реконцептуализации отечественных объектов. Таким образом, стратегическая задача заключается не в механическом копировании зарубежных решений, а в адаптации этой философии – переходе от логики «модернизации инфраструктуры» к логике «создания уникальной ценности» на основе выявленных региональных преимуществ и с учетом рекомендаций, сформулированных выше.

Заключение

На основании выполненного анализа и экспертных оценок возможно выделение ряда основополагающих рекомендаций по имплементации перспективных моделей рекреационных учреждений.

Табл. 3. Ключевые отличия в подходах и концепциях

Table 3. Key differences in approaches and concepts

Аспект	Россия	Развитые страны (ЕС, США, Канада, Япония)
Базовая концепция	Модернизация существующей инфраструктуры. Фокус на ремонте, обновлении номерного фонда и добавлении стандартных услуг (спа, питание). Часто сохраняется санаторно-курортный уклон	Создание уникального целостного продукта (Product-Driven Development). Фокус на создании конкретного, часто нишевого опыта (experience), вокруг которого строится весь объект [14]
Связь с территорией	Зачастую слабая. Предлагаются универсальные услуги, не всегда использующие локальную специфику. Региональный колорит добавляется как элемент декора или развлечения	Глубокая интеграция. Концепция рождается из уникальности места: локальная гастрономия (farm-to-table), архитектура из местных материалов, программы с гидами – местными жителями, поддержка местных ремесленников
Уровень сервиса	Нестабильный, часто формальный. Обучение персонала отстает от современных стандартов гостеприимства. Сервис не всегда ориентирован на индивидуальные потребности гостя	Высокий и персонализированный. Система гостеприимства построена на антиципации желаний гостя. Персонал – часть концепции (например, эксперт по вину, мастер-проводник)
Цифровизация	На этапе внедрения. Онлайн-бронирование, присутствие в соцсетях. Глубокий анализ данных и интеграция умных технологий (Smart Room, IoT) – пока редкость	Продвинутый уровень. Широко используются big data для кастомизации предложений, мобильные приложения для управления всем пребыванием, умные номера, виртуальные туры
Маркетинг	Продвижение объекта. Акцент на инфраструктуре: «есть бассейн, спа, Wi-Fi». Целевая аудитория – широкая	Продвижение опыта и образа жизни (Lifestyle Marketing). Акцент на эмоциях и трансформации: «вернитесь к себе», «откройте мир впечатлений». Целевая аудитория – узкая и сегментированная [15]
Устойчивое развитие	Часто декларативно. Внедряется фрагментарно (сортировка мусора, энергосберегающие лампы)	Бизнес-императив и часть философии. Полноценные «зеленые» стандарты (LEED, BREEAM), zero-waste политика, углеродная нейтральность, вовлечение гостей в экопрактики

Повышение туристской привлекательности за счет реконцептуализации домов отдыха в туристские аттракционы

Первостепенное значение имеет учет климатической специфики: в условиях северных территорий рациональной представляется ориентация на всесезонные объекты с развитой инфраструктурой для зимней рекреации и комфортными внутренними пространствами, в то время как для южных регионов приоритетной является организация курортов, предполагающих обширные открытые зоны и широкий комплекс оздоровительных услуг (wellness).

Критически важным фактором выступает глубинное включение уникальных природных, культурно-исторических и гастрономических характеристик конкретной местности в концепцию объекта. Параллельно необходима реализация стратегии активного цифрового продвижения, задействующая социальные медиа, современные платформы онлайн-бронирования и интерактивные виртуальные туры.

Обязательным элементом модернизационного процесса должно стать системное профессиональное развитие кадров, направленное на безусловное обеспечение стандартов высококачественного сервиса.

Адаптированные к климатическим и социокультурным условиям России современные форматы домов отдыха могут сыграть роль значимого катализатора роста туристской привлекательности и регионального развития.

В контексте усиливающегося потребительского запроса на аутентичные и кастомизированные туристские продукты подобные объекты способны не только нарастить объемы туристского потока, но и позитивно повлиять на формирование имиджа страны как конкурентоспособного туристского направления.

Развитие данного сегмента оказывает непосредственное мультипликативное воздействие на региональную экономику: происходит создание новых рабочих мест, стимулируется развитие сопутствующего малого и среднего предпринимательства, увеличиваются налоговые поступления. Дополнительным социальным эффектом является повышение качества жизни местного населения за счет расширения доступа к современным рекреационно-оздоровительным услугам и комфортной среде. Таким образом, существующий в России потенциал домов отдыха нуждается в последовательной модернизации и внедрении новых управленческих и организационных решений.

Комплексный подход, предусматривающий учет актуальных трендов, внедрение инновационных решений, постоянное совершенствование качества обслуживания и эффективный мониторинг выполнения намеченных мер позволит трансформировать данные учреждения в ключевые точки притяжения. Это, в свою очередь, будет содействовать достижению устойчивого экономического роста как на региональном, так и на национальном уровне, что в итоге положительно отразится на благосостоянии граждан.

Перспективы дальнейших исследований видятся в разработке конкретных критериев для оценки эффективности реконцептуализации домов отдыха, изучении влияния государственной поддержки на скорость и качество их трансформации, анализе адаптации зарубежных моделей управления гостеприимством в российских условиях, а также в исследовании роли продвинутых цифровых платформ в продвижении обновленных рекреационных комплексов.

Список источников

1. Зайцева Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / Н. А. Зайцева. – 3-е изд., доп. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 366 с. – ISBN 978-5-16-016114-3. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855682> (дата обращения: 17.10.2025).
2. Иванова Н. В. Трансформация развития внутреннего туризма России: региональный аспект / Н. В. Иванова, Н. И. Осипова // Вестник РМАТ. – 2023. – № 2. – С. 116–120.
3. Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства – 2021: материалы IV Международной научно-практической конференции, 24 сентября 2021 г. / под ред. Е. Е. Коноваловой. – Москва: РГУТиС, 2021. – 912 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861568> (дата обращения: 18.10.2025).

Increasing tourist attractiveness through the re-conceptualization of recreation centers into tourist attractions

4. Итоги МИТТ 2024. URL: <https://www.atorus.ru/node/56287?ysclid=mikj6j94qp584789381> (Дата обращения 18.10.2025)
5. Карпова Г. А. Проблемы и факторы развития технологических инноваций в индустрии туризма в России-2023 / Г. А. Карпова, П. С. Бурцев // Профессорский журнал: Рекреация и туризм. – 2023. – № 1 (17). – С. 10–19.
6. Миненкова В. В. Современные тенденции развития индустрии размещения в России / В. В. Миненкова // География и туризм. – 2023. – № 1. – С. 23–29.
7. Овчаренко Л. А. Развитие внутреннего туризма в РФ как фактор укрепления региональной и национальной экономики: экспертная оценка и прогнозы / Л. А. Овчаренко, О. Э. Кириенко, Н. И. Дубровская // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2022. – № 26. – С. 202–212.
8. Овчаренко Л. А. Цифровизация как новая парадигма управления развитием туризма / Л. А. Овчаренко, Э. М. Лебезова // Век качества. – 2021. – № 4. – С. 106–126.
9. Официальный сайт издания Интерфакс Туризм. – URL: <https://www.interfax-russia.ru/tourism> (дата обращения: 20.10.2025).
10. Полянская Е. Е. Влияние потребностей туристов различных возрастных групп на развитие отдельных видов туризма / Е. Е. Полянская // Международный и российский туризм в условиях новых вызовов: сб. статей / под науч. ред. д.э. н., проф. М. Ю. Шерешевой. – Москва: Экономический факультет МГУ, 2020. – С. 83–94.
11. Преображенский А. Б. Новые виды туризма как резерв для увеличения внутреннего и въездного туристического потока в Российской Федерации / А. Б. Преображенский, Н. А. Гаркушина // Сервис Plus. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 29–42. – DOI: 10.24412/2413-693X-2021-3-29-42.
12. Ралык Д. В. Экологический и «умный» туризм в контексте устойчивого развития отрасли в России / Д. В. Ралык // Общество: политика, экономика, право. – 2023. – № 1. – С. 150–157.
13. Уманская В. В. Развитие туризма как инструмент повышения конкурентоспособности региона / В. В. Уманская // Статья в сборнике трудов конференции. – Уральский государственный экономический университет, 2024. – С. 136–138.
14. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. *Tourism: Principles and Practice*. – 4th ed. – Essex: Pearson Education Limited, 2008. – 786 p.
15. Jiang C., Phoong S. W. A ten-year review analysis of the impact of digitization on tourism development (2012–2022) // *Humanities and Social Sciences Communications*. – 2023. – Vol. 10, № 1. – P. 665. – DOI: 10.1057/s41599-023-02150-7.

References

1. Zaitseva, N.A. (2022). *Menedzhment v servise i turizme [Management in Service and Tourism]*. Moscow: INFRA-M. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855682>. (Accessed on October 17, 2025). (In Russ.).
2. Ivanova, N.V., Osipova, N.I. (2023). Transformatsiya razvitiya vnutrennego turizma Rossii: regional'nyy aspekt [Transformation of the development of domestic tourism in Russia: a regional aspect]. *Vestnik RMAT [Vestnik RIAT]*, 2, 116–120. (In Russ.).
3. Konovalova, E. E., et al. (2021). *Innovatsionnye tekhnologii upravleniya i strategii territorial'nogo razvitiya turizma i sfery gostepriimstva – 2021 [Innovative management technologies and territorial development strategies for tourism and hospitality – 2021]*: Proceedings of the IV International Scientific-Practical Conference. Moscow: Russian State University of Tourism and Service. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861568>. (Accessed on October 18, 2025). (In Russ.).
4. *Itoги МИТТ 2024 [Results of MITT 2024]*. URL: <https://www.atorus.ru/node/56287>. (Accessed on October 18, 2025). (In Russ.).
5. Karpova, G.A., Burtsev, P.S. (2023). Problemy i faktory razvitiya tekhnologicheskikh innovatsiy v industrii turizma v Rossii-2023 [Problems and factors of development of technological innovations in the tourism industry in Russia]. *Professor'skiy zhurnal: Rekreatsiya i turizm [Professorial Journal: Recreation and Tourism]*, 1(17), 10–19. (In Russ.).

Повышение туристской привлекательности за счет реконцептуализации домов отдыха в туристские аттракционы

6. Minenkova, V.V. (2023). Sovremennye tendentsii razvitiya industrii razmeshcheniya v Rossii [Modern trends in the development of the accommodation industry in Russia]. *Geografiya i turizm [Geography and Tourism]*, 1, 23–29. (In Russ.).
7. Ovcharenko, L.A., Kirienko, O.E., & Dubrovskaya, N.I. (2022). Razvitie vnutrennego turizma v RF kak faktor ukrepleniya regional'noy i natsional'noy ekonomiki: ekspertnaya otsenka i prognozy [Development of domestic tourism in the Russian Federation as a factor in strengthening the regional and national economy: expert assessment and forecasts]. *Sbornik nauchnykh rabot serii «Ekonomika» [Collection of Scientific Papers of the Series “Economics”]*, 26, 202–212. (In Russ.).
8. Ovcharenko, L.A., Lebezova, E.M. (2021). Tsifrovizatsiya kak novaya paradigma upravleniya razvitiem turizma [Digitalization as a new paradigm of tourism development management]. *Vek kachestva [Age of Quality]*, 4, 106–126. (In Russ.).
9. *Official website of Interfax Tourism*. URL: <https://www.interfax-russia.ru/tourism>. (Accessed on October 18, 2025). (In Russ.).
10. Polyanskaya, E.E. (2020). Vliyaniye potrebnostey turistov razlichnykh vozrastnykh grupp na razvitie otdel'nykh vidov turizma [The influence of tourists' needs of different age groups on the development of specific types of tourism]. In: M. Yu. Sheresheva et al. *Mezhdunarodnyy i rossiyskiy turizm v usloviyakh novykh vyzovov [International and Russian Tourism in the Context of New Challenges]*. Moscow: Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, 83–94. (In Russ.).
11. Preobrazhensky, A. B. & Garkushina, N. A. (2021). New types of tourism as a reserve for increasing the domestic and inbound tourist flow in the Russian Federation. *Service plus*, 15 (3), DOI: 10.24412/2413-693X-2021-3-29-42 (In Russ.).
12. Ralyk, D.V. (2023). Ekologicheskiy i «umnyy» turizm v kontekste ustoychivogo razvitiya otrasli v Rossii [Ecological and “smart” tourism in the context of sustainable development of the industry in Russia]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo [Society: Politics, Economics, Law]*, 1, 150–157. (In Russ.).
13. Umanskaya, V.V. (2024). Razvitie turizma kak instrument povysheniya konkurentosposobnosti regiona [Tourism development as a tool for increasing regional competitiveness]. In: *Trudy konferentsii Uralskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta [Proceedings of the Conference of the Ural State University of Economics]*. Ekaterinburg: Ural State University of Economics, 136–138. (In Russ.).
14. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
15. Jiang, C., & Phoong, S. W. (2023). A ten-year review analysis of the impact of digitization on tourism development (2012–2022). *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 665. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02150-7>