

UDC: 33

Estimation of the marketing potential of the tourist and recreational complex of Russia

N.V. Przhedetskaya, M. Sagidullaeva

Managing sustainable development in the tourism sector in the region — complex, multifaceted issue, and its component is the search, the formation and rational use of resources, among which an important place is occupied by the objects of tourist attraction. Despite Russia's wealth of tourist resources, it is used unevenly and not more than 40-50% capacity. At the same time, it often happens that tourists feel the discomfort, frustration and even, in some cases, the shortage of tourism services.

Keywords: domestic tourism, tourism and recreation facilities, marketing, competitiveness, tourism, promotion products, recreants

References

1. Денгаев А.М. Условия развития туристско-рекреационного комплекса республики Дагестан // Молодой ученый. 2012. № 3.
2. Коль О.Д. Особенности крупного города как туристской дестинации: системный подход // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. Т. 33.
3. Котлярова О.В. География туризма и отдыха. Часть 1. Курс лекций для студентов специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» и 100201 «Туризм». Челябинск: УралГУФК, 2008.
4. Смагина Н.Н. Международный деловой туризм как фактор активации внешнеэкономической деятельности и региональных бизнес-структур // В мире научных открытий. 2014. № 11.
5. Трухачев А.В. Дефиниция «аграрный туризм» в современной науке // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 1 (33).

**Ростовский государственный экономический университет
(РИНХ), г. Ростов-на-Дону
Дагестанский государственный университет народного
хозяйства «ДГУНХ», г. Махачкала**

December, 05 2017
