

UDC: 379.85.(075.8)

Brand tours as a factor of development of interregional tourism: to the problem of import substitution

N.A. Balyuk

It is considered the key problems and prospects of development of tourism as an industry segment of the economy of the North Caucasus region in the context of import substitution; the feasibility of an integrated interregional tourism cluster in the tourist and recreational potential of the Federal District has been substantiated; the mechanism for incorporating the tourism potential of the district entities into international and regional branded routes such as "The Great Tea Road" and the UNESCO route "New Silk Road", promoting specialization of types of tourism on the principles of sustainable development has been determined.

Keywords: *tourism economy, import substitution, inter-regional tourism cluster, tourism and recreational potential, branded route, tourism specialization, sustainable development*

References

1. Аэропортовый комплекс «Южный» // www.donland.ru; Федеральная целевая программа «Развитие транспортной системы России (2010-2020 гг.); Постановление Правительства Российской Федерации от 20.06.2013 № 518 «О Программе подготовки к проведению в 2018 году
2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М., 2000.
3. История Великого чайного пути // www.novznania.ru; Античные города Приазовья // www.novznania.ru
4. Катанский А.А. Туристско-рекреационная сфера и ее роль в развитии человеческого капитала // Вестник национальной академии туризма. 2010. № 2(14).
5. Левочкина Н.А. Туристические бренды территории: структура и особенности // Российское предпринимательство. № 20 (218) за 2012 год.
6. Некрасова М.Л. Стратегический подход к формированию территориальных туристско-рекреационных систем Российской Федерации // Автореф. дис. Краснодар, 2013.
7. Портер М. Конкурентные преимущества стран // [www.Seinstitute.ru /Files/ver6-35_Porter.pdf/](http://www.Seinstitute.ru/Files/ver6-35_Porter.pdf)
8. Теунаева З.Н. Функциональные возможности кластерного подхода при формировании и реализации межрегионального туристско-рекреационного комплекса Юга России // Terra Economicus. Вып. № 2-3. Том 6. 2008. Техзадание на создание брендовых маршрутов // www.