

УДК 314:33.17.022.1(470.345)

DOI: 10.17072/2218-9173-2020-2-203-230

## РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИМИДЖЕОБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ

**Д. Г. ДЕСЯЕВ**

Научно-исследовательский институт гуманитарных наук  
при Правительстве Республики Мордовия, г. Саранск, Россия  
Национальный исследовательский Мордовский государственный университет  
имени Н. П. Огарева, г. Саранск, Россия

**И. Г. НАПАЛКОВА**

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет  
имени Н. П. Огарева, г. Саранск, Россия

---

### Для цитирования:

Десяев Д. Г., Напалкова И. Г. Республика Мордовия: стратегический анализ имиджеобразующих факторов // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2020. Т. 12, № 2. С. 203–230. DOI: 10.17072/2218-9173-2020-2-203-230.

---

**Введение:** устойчивое развитие территорий в современном информационном обществе зависит, помимо прочих факторов, от позитивно сформированного и эффективно транслируемого имиджа. Высокая динамичность процессов, влияющих на развитие региона, смена ценностных ориентиров и оценочных суждений целевых аудиторий требуют от субъектов имиджмейкинга, особенно региональных властей, разработки комплексной имиджевой стратегии и мониторинга ситуации.

**Цель:** стратегический анализ имиджеобразующих факторов Республики Мордовия.

**Методы:** кейс-стади, базирующийся на анализе документов, официальной статистической информации, данных федеральных рейтингов; SWOT-анализ, проведенный в рамках комплексного исследования «Республика Мордовия в фокусе современной имиджологии», позволивший выделить сильные и слабые факторы территориального развития.

**Результаты:** факторы, события и процессы развития региона выявлены, оценены и сгруппированы с позиций «сильный» – «слабый», «возможность» – «угроза». Описана SWOT-матрица, констатирующая доминирование слабых сторон и угроз, определены риски развития, способные усилить противоречивость между первичным и вторичным имиджем региона и внести диссонанс в его восприятие и оценку у значимых целевых групп – федеральных и бизнес-элит, туристов, жителей региона.

**Выводы:** SWOT-анализ демонстрирует существенную контрадикторность идеального и реального имиджа Республики Мордовия, что является одним из основных рисков для всех целевых групп, так как формирует диссонанс в восприятии территории и способствует росту негативных оценок. Наблюдается нарушение ядрообразующих имиджевых направлений региона: положительная динамика макроэкономических показателей не приводит к повышению качества жизни и росту заработной платы; рост общей продолжительности жизни диссонирует с ростом онкологических заболеваний и т. д. Для нивелирования негативных факторов и снижения имиджевых рисков необходимо усилить меры, способствующие повышению роста качества жизни населения территории, разработке целостной концепции территориального брендинга на региональном уровне и привлечение специалистов в области имиджмейкинга к формированию образа региона.

**Ключевые слова:** регион; имидж; позиционирование; имиджеобразующие факторы; SWOT-анализ; кейс; Республика Мордовия; контрадикторность

## **ВВЕДЕНИЕ**

Эффективность развития территорий в современную информационную эпоху во многом зависит от понимания значимости имиджа региона и умения субъектами управления формировать и транслировать его, искусно выделяя и выгодно подчеркивая его уникальные преимущества. Исследователи и экспертное сообщество причисляют имидж к нематериальным факторам территориальной конкурентоспособности, наряду с инновационным потенциалом, количеством и качеством трудовых и иных ресурсов, уровнем развития поддерживающих и сопутствующих отраслей, предпринимательской и инновационной активностью и т. п.

Конструирование эффективного имиджа – достаточно сложная процедура, поскольку у субъектов имиджмейкинга могут быть противоположные цели – так же, как и для тех или иных целевых групп могут быть привлекательными разные имиджевые атрибуты (например, низкий уровень зарплат имеет негативную окраску для жителей региона, трудовых мигрантов, однако может привлечь бизнес). Согласовать противоречивые интересы и достичь баланса – сложная задача, требующая комплексного профессионального подхода.

Формирование имиджа сопряжено с трудностями соотнесения имиджа реального (того, который сложился под влиянием комплекса имиджеобразующих факторов, личного опыта, оценочных суждений значимых персон) и имиджа желаемого / идеального (то, к чему стремится субъект имиджмейкинга); первичного (возникшего при первом знакомстве с территорией) и вторичного (при более глубоком сравнительном анализе территории с другими территориями, являющимися конкурентами). При значительных отличиях в каждой дихотомической группе возникает диссонанс восприятия и оценки территории: чем больше разрыв в оценочных суждениях, тем сложнее поддерживать положительный имидж и тем меньше возможностей для получения предпочтений. Для смягчения и нивелирования разницы необходим постоянный мониторинг текущего имиджа и сравнение его с желаемым результатом и стратегическими планами.

Цель статьи – провести стратегический анализ имиджеобразующих факторов Республики Мордовия для выявления реального имиджа региона и выделения возможных рисков, способных отрицательно влиять на формирующийся образ и понижать репутационный капитал.

## **МЕТОДОЛОГИЯ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ) ИССЛЕДОВАНИЯ**

Проблемы территориального имиджмейкинга разрабатываются представителями разных научных направлений и включают широкий спектр дискуссионных тем. В рамках нашего предмета анализа можно выделить несколько превалирующих исследовательских блоков.

Во-первых, исследования в области теории имиджмейкинга. Дискурс касается вопросов сущности понятия «имидж» и его соотношения с терминами «образ», «бренд», «репутация» (Важенина и Важенин, 2017; Кадачигова, 2018; Маленова и Терских, 2015; Jenes, 2012). В настоящей статье под имиджем будет пониматься «комплексный эмоционально воспринимаемый образ,

наделенный определенными ценностями, целенаправленно формируемый и транслируемый средствами коммуникативных технологий, исходя из имеющихся территориальных ресурсов, повышающий ее конкурентоспособность, продвигаемый среди представителей целевых групп и воспроизводимый ими» (Напалкова и Курочкина, 2018, с. 423). Также специалисты предлагают свои характеристики территории, выступающие в качестве имиджеобразующих факторов (Алябьева, 2017; Василенко, 2016; Замятин, 2015). В рамках данного исследования в число имиджеобразующих факторов включены: природно-географические характеристики; самобытность историко-культурных традиций; развитие региональной экономики и ее инвестиционный потенциал; состояние, тенденции и направленность развития политической, социальной, демографической сфер; этнонациональное и этноконфессиональное своеобразие региона.

Во-вторых, разработка моделей, методик, шкал оценки общего имиджа территории и его отдельных элементов: шкала М. Пишароди и Р. Парамесуарана, комплексная модель бренд-капитала Б. Дженес, факторная концептуализация И. Мартина и С. Ероглу, методики Анхольта и др. (Bearden et al., 2011; Martin and Eroglu, 1993; Анхольт, 2007).

В-третьих, работы, анализирующие имидж отдельных городов, регионов, федеральных округов (Базикян, 2017; Бачерикова и др., 2018; Ежова, 2016; Лизаркин и Панчук, 2018; Юнусова и Фролова, 2017) как комплексно, так и с позиции отдельных элементов, сторон (символической, мифологической, визуальной, событийной, коммуникативной), технологических приемов (событийный PR, реклама, медиарилейшинз, брендинг), на примере отдельных субъектов (представителей власти, региональных средств массовой информации и коммуникации, организаций, специализирующихся в области территориального менеджмента, брендинга и PR, некоммерческих организаций, туристических и гостиничных сетей, представителей региона за его пределами и др.) или целевых групп (туристов, жителей региона, трудовых мигрантов, представителей бизнеса, политических элит и др.) регионального имиджмейкинга.

Наконец, анализ имиджа Республики Мордовия, включающий несколько исследовательских линий – имидж как конкурентный ресурс продвижения региона (Волкова и Кулакова, 2017; Казакова и Напалкова, 2019; Кильдюшкина и др., 2016), как основа туристической дестинации (Серкина и др., 2017; Майкова и Окунев, 2018), как фактор формирования региональной идентичности (Богатова, 2017; Чиркова, 2016) и др.

Значительное количество исследований не снижает актуальности заявленной проблемы вследствие динамичности процессов и явлений, влияющих на территориальный имидж, смену приоритетов в продвижении тех или иных имиджевых направлений, активное влияние ситуативных факторов внешней среды на развитие региона.

В качестве специальных методов и подходов выступили: аналитический метод; сравнительный анализ; системный и концептуальный подходы, позволившие всесторонне и в то же время ранжированно изучить специфику имиджа конкретного региона.

Среди прикладных используется метод кейс-стади, позволяющий сформировать многоаспектное представление о предмете анализа – территориальном имидже. В качестве кейса выступает Республика Мордовия как один из субъектов Российской Федерации, регион-реципиент (как и большинство регионов страны). Региональные власти продвигают образ лидера инноваций, территории спорта, центра финно-угорского мира. По показателям социально-экономического развития экспертное сообщество относит республику к кризисным регионам, а также к территориям с самым большим долговым бременем<sup>1</sup>, наряду с Хакасией и Костромской областью, где с 2018 года введено казначейское сопровождение<sup>2</sup>. Сбор материалов осуществлялся с помощью методов анализа документов, официальной статистической информации, обобщения сводных данных федеральных рейтингов и т. п. Данные о развитии региона интерпретируются в контексте влияния на республиканский имидж. Конструктивная валидность достигалась за счет использования разных источников информации, а внутренняя – за счет использования альтернативных оценок и интерпретаций, а также сопоставления с другими подобными объектами.

Прикладным методом выступил также стратегический анализ, проведенный в рамках SWOT-анализа. Ключевыми направлениями каротажа стали показатели, факторы, события, процессы регионального развития, ранжированные по сферам жизнедеятельности (экономика, политика, социокультурная и социально-демографическая сферы и т. д.). Они были включены в соответствующую оценочную область матрицы SWOT-анализа: “Strengths” («сильные стороны»), “Weaknesses” («слабые стороны»), “Opportunities” («возможности»), “Threats” («угрозы»), что позволило выявить специфику реального имиджа региона и определить возможные риски имиджевого позиционирования, а также направления концентрации усилий по нивелированию негативных проявлений.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Положительные факторы развития имиджа Республики Мордовия (поле “Strengths”)

#### 1. Социально-экономические

Развитие инновационного кластера. Реализуются проекты в области электронного приборостроения, энергосберегающей светотехники, нанотехнологий и композиционных материалов, оптоэлектроники и волоконной оптики, биотехнологий и др. В 2018 году в Мордовии было запущено первое в России производство полного цикла антибиотиков нового поколения, а в 2019 году

<sup>1</sup> *Рейтинг* регионов по уровню долговой нагрузки за 9 месяцев 2019 [Электронный ресурс] // РИА Рейтинг. 2019. 30 окт. URL: <https://riarating.ru/regions/20191030/630138832.html> (дата обращения: 30.04.2020).

<sup>2</sup> *Хакасию* и Костромскую область переведут на казначейское сопровождение за накопленные долги [Электронный ресурс] // ТАСС. 2018. 19 янв. URL: <https://tass.ru/ekonomika/4887785> (дата обращения: 30.04.2020).

завод «Биохимик» зарегистрировал препараты нового поколения «Эторикоксид» и «Дексметомидин». Получение удостоверений на их производство оценивается экспертами как прорыв для всей российской фармацевтической промышленности<sup>3</sup>. Республика – лидер среди регионов России по доле инновационной продукции в общем объеме производства: на 2019 год этот показатель составил 27 %<sup>4</sup>.

Развитая инновационная инфраструктура. В нее входят центры поддержки инновационных проектов и малого предпринимательства в научно-технической сфере. Отметим активное продвижение республиканскими властями имиджевого направления «Мордовия – территория инновационного развития». Так, республика входит в Ассоциацию инновационных регионов России. «Технопарк-Мордовия», объединяющий существующую инновационную инфраструктуру и предприятия республики в единую систему, по итогам IV Национального рейтинга технопарков России занял второе место в группе «Наивысший уровень эффективности функционирования технопарка» (свыше 110 %)<sup>5</sup>.

Положительная динамика макроэкономических показателей.

Положительная динамика в производстве на протяжении пяти лет.

Наличие интеллектуального, научного и производственно-экономического потенциала.

Развитые производственная, социальная инфраструктура, системы информационных технологий и коммуникаций.

Реализация ведомственных целевых программ поддержки малых форм хозяйствования.

Развитие агропромышленного комплекса.

Республика занимает лидирующие позиции по валовой продукции сельского хозяйства в России. За 2019 год объем валовой продукции сельского хозяйства составил 72,2 млрд руб. Индекс сельскохозяйственного производства по всем категориям хозяйств составил 109 %, в Приволжском федеральном округе (ПФО) – 104,3 %, по России – 104 %<sup>6</sup>.

Обеспечение внутреннего рынка и реализация в других регионах мяса, молока, яиц, сахара, картофеля. По итогам 2019 года республика заняла первое место в России и округе по производству яйца, по производству молока на душу населения – второе и первое место соответственно, по производству

---

<sup>3</sup> Мамонова В. Развитие Мордовии: управляемость, администрирование госдолга, инновации, перспективы и риски [Электронный ресурс] // Региональные комментарии. 2020. 5 февр. URL: <http://regcomment.ru/reports/razvitie-mordovii-upravlyaemost-administrirovanie-gosdolga-innovatsii-perspektivy-i-riski/> (дата обращения: 05.05.2020).

<sup>4</sup> Зотикова В. В Мордовии доля инновационной продукции достигла 29 процентов [Электронный ресурс] // Рос. газета. 2018. 9 февр. URL: <https://rg.ru/2018/02/09/reg-pfo/v-mordovii-dolia-innovacionnoj-produkcii-dostigla-29-procentov.html> (дата обращения: 05.05.2020).

<sup>5</sup> АУ «Технопарк – Мордовия» признан наиболее эффективным, по данным IV национального рейтинга технопарков России [Электронный ресурс] // офиц. сайт «Технопарк – Мордовия». URL: <http://www.technopark-mordovia.ru/press-center/news/au-tekhnopark-mordoviya-priznan-naibolee/> (дата обращения: 05.05.2020).

<sup>6</sup> Развитие агропромышленного комплекса Республики Мордовия за 2019 год // офиц. сайт М-ва сел. хоз-ва и продовольствия Респ. Мордовия. URL: <http://agro.e-mordovia.ru/apk/> (дата обращения: 05.05.2020).

мяса скота и птицы на душу населения – седьмое и второе место<sup>7</sup>.

Лидирующие позиции в ПФО по производству промышленной продукции республиканскими предприятиями. В 2019 году индекс производства составил 105,4 % по отношению к 2018 году. Мордовия занимает третье место по округу, уступая лишь Пензенской области – 106,1 % и Республике Марий Эл – 107,1 %. Наихудший показатель у Оренбургской области – 100,4 %. Средний по России – 102,4 %<sup>8</sup>.

За пять лет (с 2015 по 2019 год) объемы экспорта в Мордовии увеличились почти в пять раз – с 4,5 до 21 млрд руб.<sup>9</sup>

Межправительственные соглашения по различным видам сотрудничества заключены с правительствами Республики Беларусь, Бурунди, Венгрии, провинций Сычуань, Аньхой, Хубэй, Хунань и города Чунцин (КНР).

Для улучшения инвестиционного климата в Мордовии реализуются мероприятия по упрощению процедур ведения бизнеса и снятию административных барьеров. В республике действует межведомственная комиссия «Проектный офис», которая занимается вопросами внедрения лучших практик Национального рейтинга состояния инвестиционного климата.

Выгодное географическое положение с позиции близости к основным центрам потребления продукции, высокий логистический потенциал.

Рост объемов строительства жилых домов. В 2019 году строительный индекс республики составил 104,4 % по отношению к 2018 году. Это обеспечило Мордовии седьмое место в ПФО. Наилучший показатель по округу у Пензенской области – 126,3 %, наихудший у Кировской – 91,5 %. Средний показатель по России – 104,9 %<sup>10</sup>.

Реализация уникальной программы льготного жилищного кредитования под 5 % годовых<sup>11</sup> и других государственных жилищных программ<sup>12</sup>.

Опыт проведения разноуровневых мероприятий в области экономики, таких как Всероссийский конкурс «Я – Бизнесмен» (2016 год), XXII Межрегиональная специализированная выставка «АгроТехМордовия» (2019 год), Открытый Чемпионат России по пахоте (2019 год) и др.

<sup>7</sup> Там же.

<sup>8</sup> *Информация о социально-экономическом положении Республики Мордовия за 2019 год (в сравнении с регионами ПФО и РФ)* [Электронный ресурс] // офиц. сайт М-ва экономики, торговли и предпринимательства Респ. Мордовия. URL: <http://mineco.e-mordovia.ru/directions-of-activity/socio-economic/information-on-the-socio-economic-situation-of-the-republic-of-mordovia-for-9-months-of-the-year-201/> (дата обращения: 07.05.2020).

<sup>9</sup> *Глава Мордовии Владимир Волков: «К 2024 году объем экспорта должен превысить 515 миллионов долларов США»* [Электронный ресурс] // Столица С. 2020. 13 марта. URL: <https://stolica-s.su/news/society/253222> (дата обращения: 07.05.2020).

<sup>10</sup> *Информация о социально-экономическом положении...*

<sup>11</sup> *О предоставлении социальных выплат заемщикам ипотечных жилищных кредитов (ипотечных займов)* [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Респ. Мордовия от 05.11.2008 № 504. URL: <http://docs.cntd.ru/document/906303538> (дата обращения: 28.04.2020).

<sup>12</sup> *Об утверждении государственной программы Республики Мордовия «Развитие жилищного строительства и сферы жилищно-коммунального хозяйства», республиканской целевой программы «Жилище» и признании утратившими силу отдельных постановлений Правительства Республики Мордовия* [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Респ. Мордовия от 06.02.2019 № 53. URL: <http://docs.cntd.ru/document/553109251> (дата обращения: 28.04.2020).

## 2. Социально-политические

Высокий уровень политической стабильности. В Мордовии традиционно во время выборов (президентских, парламентских, главы республики) побеждает со значительным преимуществом партия/кандидат власти. Мордовия – один из самых лояльных федеральному центру регионов.

Низкий уровень социальной напряженности.

Достаточно высокий уровень консолидации региональной элиты при доминировании фигуры губернатора.

Большая гибкость, снижение централизации и жесткости политического курса республики по сравнению с периодом управления предыдущего губернатора Н. М. Меркушкина.

Изменения в структуре правительства региона происходят с опорой на политических деятелей, подтвердивших свою компетентность.

Ориентация на повышение эффективности работы и бюджетную экономию.

Отсутствие существенных противоречий между региональными и муниципальными органами власти.

Отсутствие практики распределения властных полномочий с учетом этничности.

Высокая эффективность отношений с федеральным центром как в продвижении региональных интересов и поддержке республиканских инициатив «наверху», так и в реализации требований Москвы в регионе.

Отсутствие политической и социальной турбулентности в межвыборный период.

Мордовия входит в число безопасных регионов страны (занимает 10-е место в Рейтинге криминогенности регионов, составленном Институтом региональных проблем на основе данных за сентябрь 2019 года<sup>13</sup>, за счет невысокого количества преступлений на душу населения и одних из самых низких в стране показателей насильственных преступлений).

## 3. Социально-демографические

Наблюдается положительная динамика роста денежных доходов на душу населения. Данный показатель относится к одним из основных для оценки уровня жизни (в 2019 году – 19 904 руб., 2017 год – 18 255 руб., 2015 год – 17 588 руб., 2013 год – 14 029 руб.<sup>14</sup>).

Миграционный прирост из стран дальнего зарубежья. На 2018 года он составил 94 чел.<sup>15</sup>, в том числе 22 из Ирана, 20 из Индии и 16 из Иордании.

В Мордовии реализуются программы поддержки неконкурентоспособных и социально уязвимых групп населения, например, государственная «Социальная поддержка граждан»<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> Рейтинг криминогенности регионов. Выпуск № 8 [Электронный ресурс] // Сайт Ин-та регион. проблем. 2019. 23 дек. URL: <https://www.irpr.ru/2019/12/23/rejting-kriminogennosti-regionov-vypusk-8/> (дата обращения: 01.05.2020).

<sup>14</sup> Среднедушевые денежные доходы населения по субъектам Российской Федерации (новая методология) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстата. 2020. 24 апр. URL: <https://www.gks.ru/folder/13397?print=1> (дата обращения: 01.05.2020).

<sup>15</sup> Международная миграция населения [Электронный ресурс] // Официальный сайт Мордовиястата. 2019. 14 июня. URL: <https://mrd.gks.ru/folder/27964> (дата обращения: 01.05.2020).

<sup>16</sup> Об утверждении государственной программы Республики Мордовия «Социальная

В рейтинге регионов по уровню безработицы (ноябрь 2019 – январь 2020 годов) Мордовия занимает 46-е место из 85<sup>17</sup>.

#### 4. Образование

Обеспечение высокого уровня доступности образования на всех этапах.

В Мордовии высшее образование предоставляют 10 учебных заведений.

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева, согласно сводному национальному рейтингу университетов, составляемым Интерфаксом, по итогам 2019 года занял 41–43-ю позиции (32-е место в 2018 году, 36–38-е в 2015 году) наряду с Московским государственным строительным университетом и Российским государственным университетом нефти и газа имени И. М. Губкина<sup>18</sup>.

В вузе обучается свыше 18 тыс. студентов из 73 регионов России и 53 стран мира. Образовательная деятельность осуществляется в семи институтах, на 10 факультетах, в двух филиалах. За последние 10 лет контингент иностранных граждан, обучающихся в университете, вырос более чем в 10 раз. На 2019 год количество иностранных студентов составило 2 185 чел.<sup>19</sup>

Ежегодное проведение различных научных мероприятий всероссийского и международного уровней, например, «Энергоэффективные и ресурсосберегающие технологии и системы» (2019 год), «Финно-угорское пространство в туристском измерении» (2019 год), «Долговечность строительных материалов, изделий и конструкций» (2019 год) и др. В республике неоднократно проходил заключительный этап Всероссийской олимпиады школьников по истории.

#### 5. Спорт

Одним из ядрообразующих имиджевых направлений является «Мордовия – спортивный регион», а спортивно-событийный маркетинг стал средством продвижения региона у внешней целевой аудитории.

Активное участие в реализации ряда государственных программ (например, федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016–2020 годы», республиканской государственной программы «Развитие физической культуры и спорта»<sup>20</sup> и др.). Участие в федеральном проекте «Спорт – норма жизни» в рамках нацпроекта «Демография». Мордовия стала одним из пилотных регионов по внедрению комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО).

---

поддержка граждан» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Респ. Мордовия от 18.11.2013 № 504. URL: <http://docs.cntd.ru/document/460209396> (дата обращения: 28.04.2020).

<sup>17</sup> *Рейтинг* российских регионов по уровню безработицы [Электронный ресурс] // РИА Новости. 2020. 16 марта. URL: <https://ria.ru/20200316/1568477248.html> (дата обращения: 02.05.2020).

<sup>18</sup> *Национальный рейтинг университетов* [Электронный ресурс] // Интерфакс. 2019. URL: <https://academia.interfax.ru/ru/ratings/?rating=1&year=2019&page=3> (дата обращения: 02.05.2020).

<sup>19</sup> *Фестиваль культур «Огаревский колорит» объединил студентов из 53 стран мира* // Офиц. сайт Нац. исслед. Мордов. гос. ун-т им. Н. П. Огарева. 2019. 20 нояб. URL: [https://www.mrsu.ru/ru/news/index.php?ELEMENT\\_ID=73220](https://www.mrsu.ru/ru/news/index.php?ELEMENT_ID=73220) (дата обращения: 07.05.2020).

<sup>20</sup> *Об утверждении государственной программы Республики Мордовия «Развитие физической культуры и спорта»* [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Респ. Мордовия от 16.09.2013 № 393. URL: <http://docs.cntd.ru/document/424071522> (дата обращения: 05.05.2020).

У республики имеется значительный опыт в организации и проведении всероссийских и международных спортивных мероприятий. К наиболее значимым можно отнести следующие: международные соревнования «Saransk Indoor» (2020 год), Чемпионат России по фигурному катанию на коньках (сезон 2018/2019 года), матчи отборочного турнира чемпионата Европы – 2020 (2019 год), Кубок России по прыжкам в воду (2019 год), I этап Кубка России по велосипедному спорту – ВМХ (2019 год), финальные соревнования X зимней Спартакиады учащихся России по спортивному ориентированию (2019 год), Чемпионат ПФО по трофи-рейду (2019 год), Саранск – город – организатор ЧМ-2018 (2018 год), II Российско-Китайские молодежные зимние игры (2018 год), соревнование «Российский Азимут» (2018 год), межрегиональные соревнования по баскетболу (сезон 2017/2018 года), всероссийский фестиваль физкультурно-оздоровительного комплекса ГТО (2016 год) и др.

Активно продвигается спорт высоких достижений, популяризируется массовый спорт, здоровый образ жизни через развитие спортивной инфраструктуры, организацию и проведение разноуровневых спортивных соревнований. С 2002 года в республике построено более 100 спортивных объектов. В общей сложности на 2020 год в Мордовии функционируют более 2 000 объектов спортивной направленности.

По данным на 2019 год уровень обеспеченности населения спортивными сооружениями, исходя из единовременной пропускной способности объектов спорта, достиг 78,6 %<sup>21</sup>, что соответствует восьмому месту по России и 2-му по ПФО. Доля населения, которая систематически занимается физкультурой и спортом, составляет 45 %<sup>22</sup> (23-е место по России и 6-е по округу).

По итогам 2019 года республика занимает первое место среди регионов ПФО по доле инвалидов, детей-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, занимающихся физкультурой<sup>23</sup>.

Система подготовки спортивного резерва включает 40 учреждений спорта, в которых занимаются более 26 000 чел.

## **6. Историко-культурные и этноконфессиональные**

Наличие памятников архитектуры. Например, фамильный дом дворянского рода Араповых (г. Ковылкино), мастерская художника-живописца Ф. В. Сычкова (с. Кочелаево), Санаксарский монастырь (г. Темников), Троицкий собор (г. Ардатов), дом купцов Севастьяновых (г. Краснослободск), Рождественская церковь (г. Инсар), Краеведческий музей (Трехсвятская церковь, г. Саранск) и др.

Наличие разветвленной сети учреждений культуры и искусства, объединяющей свыше 1 080 объектов.

Проведение различных мероприятий по популяризации национальной культуры: XIV Международный фестиваль «Соотечественники» (2019 год),

<sup>21</sup> Отчет о ходе реализации государственной программы Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта» за 2019 год [Электронный ресурс]: утв. Министром спорта Рос. Федерации 28.02.2020. С. 198. URL: [https://www.minsport.gov.ru/2019/doc/OtchetGP\\_RFKS-2019.pdf](https://www.minsport.gov.ru/2019/doc/OtchetGP_RFKS-2019.pdf) (дата обращения: 05.05.2020).

<sup>22</sup> Там же. С. 190.

<sup>23</sup> Мордовия занимает первое место в ПФО по доле инвалидов, занимающихся физкультурой! [Электронный ресурс] // Столица С. 2020. 26 февр. URL: <https://stolica-s.su/sport/249940> (дата обращения: 04.05.2020).

Всероссийский этноконкурс «Панжема» (2019 год), Всероссийский фестиваль мордовской песни «Од Вий» (2019 год), Межрегиональный фестиваль «Кургона» (2019 год), «Празднование 1000-летия единения мордовского народа с народами Российского государства» (2012 год) и др.

Позиционирование Мордовии как финно-угорского центра России. В Саранске располагается офис Поволжского центра культур финно-угорских народов и Ассоциации финно-угорских народов России, которые играют значимую роль в развитии международного и межрегионального сотрудничества. Республика принимала V Съезд финно-угорских народов Российской Федерации (2013 год) и IV Съезд финно-угорских народов России (2009 год).

Взаимодействие и сотрудничество со странами финно-угорского мира (Финляндией, Венгрией) на основе общего историко-культурного фактора.

В республике функционируют четыре мордовских (два мокшанских и два эрзянских), один русский и один татарский национальные центры.

В преддверии ЧМ-2018 был составлен брендовый маршрут «Зов торамы», признанный Ассоциацией туроператоров России успешным и готовым к реализации<sup>24</sup>.

Сохранение и активная популяризация уникальных промыслов – лозоплетения, мордовской декоративной резьбы по дереву, мордовской вышивки, мордовских валенок и др.

Активная работа музеев республики в культурном пространстве ПФО, прежде всего Мордовского республиканского музея изобразительных искусств имени С. Д. Эрзи, имеющего самые большие в мире коллекции работ скульптора С. Д. Эрзи и художника-живописца Ф. В. Сычкова, и Мордовского республиканского объединенного краеведческого музея имени И. Д. Воронина, отличающегося богатой этнографической коллекцией.

Гармоничное сосуществование различных народов и представителей конфессий и толерантное отношение к ним.

Реализация государственной программы «Гармонизация межнациональных и межконфессиональных отношений в Республике Мордовии»<sup>25</sup>.

Проведение комплекса мероприятий организационного и профилактического характера по интеграции мигрантов в общество, в том числе реализуемые некоммерческими организациями («Союз армян России», «Исламский культурный центр», «Поволжский центр культур финно-угорских народов» и др.).

## **7. Природно-географические, туристические и экологические**

Благодаря особенностям климата Мордовия объединяет хвойные, хвойно-лиственные и лиственные леса, луговые и кустарниковые степи, растительные сообщества на пойменных лугах и болотах.

<sup>24</sup> Жулина М. Туризм в Мордовии: ставка на национальный колорит [Электронный ресурс] // Региональные комментарии. 2017. 19 июля. URL: <http://regcomment.ru/regions/mordoviya/turizm-v-mordovii-stavka-na-natsionalnyy-kolorit/> (дата обращения: 08.05.2020).

<sup>25</sup> Об утверждении государственной программы Республики Мордовия «Гармонизация межнациональных и межконфессиональных отношений в Республике Мордовия» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Респ. Мордовия от 18.11.2013 № 507. URL: <http://docs.cntd.ru/document/424029654> (дата обращения: 05.05.2020).

В республике 1 525 рек, и все они принадлежат волжскому бассейну. Самые крупные – Мокша и Сура (остальные их притоки).

В водоемах республики обитают представители редких и исчезающих видов.

В Мордовии располагается природный заповедник имени П. Г. Смидовича – один из старейших в России (основан в 1936 году).

Реализация государственной программы «Развитие культуры и туризма»<sup>26</sup>.

Значительное улучшение экологической обстановки по данным «Национального экологического рейтинга регионов», составляемого с 2008 года общественной организацией «Зеленый патруль». По итогам зимы 2018–2019 годов Мордовия заняла 63-е место из 85 по общему уровню экологических рисков<sup>27</sup>, зимы 2019–2020 годов – 49-е место<sup>28</sup>.

Реализация республиканской экологической стратегии с помощью государственной программы «Охрана окружающей среды и повышение экологической безопасности»<sup>29</sup>.

## Негативные факторы (поле “Weaknesses”)

### 1. Социально-экономические

Аутсайдерские позиции по валовому региональному продукту (66-е место из 85 на 2018 год)<sup>30</sup>.

Наивысший показатель государственного долга в соотношении долга и налоговых/неналоговых доходов перед федеральным центром – 211 %<sup>31</sup> (51,9 млрд руб. на конец 2019 года<sup>32</sup>). Невыполнение долговых обязательств.

Низкий уровень инвестиционной привлекательности (68-е место среди всех субъектов Федерации на 2019 год<sup>33</sup>).

<sup>26</sup> Об утверждении государственной программы Республики Мордовия «Развитие культуры и туризма» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Респ. Мордовия от 23.12.2013 № 579. URL: <http://docs.cntd.ru/document/460226488> (дата обращения: 05.05.2020).

<sup>27</sup> Национальный экологический рейтинг. 2018–2019 Зима [Электронный ресурс] // Зеленый патруль. URL: <https://greenpatrol.ru/ru/stranica-dlya-obshchego-reytinga/ekologicheskij-reyting-subektov-rf?tid=361> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>28</sup> Национальный экологический рейтинг. 2019–2020 Зима [Электронный ресурс] // Зеленый патруль. URL: <https://greenpatrol.ru/ru/stranica-dlya-obshchego-reytinga/ekologicheskij-reyting-subektov-rf?tid=388> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>29</sup> Об утверждении государственной программы Республики Мордовия «Охрана окружающей среды и повышение экологической безопасности» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Респ. Мордовия от 16.09.2013 № 398. URL: <http://docs.cntd.ru/document/424029654> (дата обращения: 05.05.2020).

<sup>30</sup> Валовой региональный продукт на душу населения по субъектам Российской Федерации в 1998–2018 гг. [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Мордовиястата. 2020. 28 фев. URL: <https://mrd.gks.ru/folder/27963> (дата обращения: 01.05.2020).

<sup>31</sup> АКРА подтвердило кредитный рейтинг Республики Мордовия и ее облигаций на уровне В(RU), статус «Рейтинг на пересмотре – развивающийся» [Электронный ресурс] // АКРА. 2020. 25 фев. URL: <https://www.acra-ratings.ru/press-releases/1682> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>32</sup> Зотикова В. В 2019-м Мордовия сократила госдолг на 10 процентов [Электронный ресурс] // Рос. газета. 2019. 30 дек. URL: <https://rg.ru/2019/12/30/reg-pfo/v-2019-m-mordoviia-sokratila-gosdolg-na-10-procentov.html> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>33</sup> VII ежегодный рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России 2019 [Элек-

В республике нет крупных месторождений полезных ископаемых, кроме строительных материалов.

Отраслевой профиль региона формируют три отрасли, в числе которых сельское хозяйство, однако оно имеет выраженный сезонный характер и сильно зависит от погодных условий.

В 2018 году Мордовия возглавила антирейтинг по консолидированному бюджету среди всех регионов России<sup>34</sup>.

Высокая стоимость жилья при одновременно низкой покупательской способности населения.

Низкая степень прозрачности бюджета.

## **2. Социально-политические**

Фактическое отсутствие политической конкуренции.

Кланово-корпоративные отношения в бизнесе.

Административный способ организации взаимодействия органов государственной власти с гражданским обществом.

Значительное использование административного ресурса во время выборов всех уровней.

Отсутствие независимых региональных СМИ.

## **3. Социально-демографические**

Негативные / отрицательные характеристики демографических показателей за последние 10 лет, в частности сокращение численности населения. Если в 2010 году данный показатель составлял 839 184 чел., то в 2020 году – 790 197 чел. (-5,17 %)<sup>35</sup>.

Естественная убыль населения, начиная с 1992 года (-1,4). В 2019 году этот показатель составлял -5,7<sup>36</sup>.

Негативная динамика соотношения браков и разводов. Если в 2008 году коэффициент составлял 1,7, то 10 лет спустя, в 2018 году, – уже 1,46. Отрицательная тенденция может привести к симметричным показателям браков / разводов<sup>37</sup>.

По уровню доходов населения Мордовия в 2019 году заняла 75-е место среди субъектов Федерации, при этом 18,4 % населения находятся за чертой бедности, 2,3 % – за чертой крайней бедности<sup>38</sup>.

---

тронный ресурс] // Нац. рейтинговое агентство. 2019. URL: [http://www.ra-national.ru/sites/default/files/Obzor\\_Rating\\_Investment\\_Regions\\_VII\\_2020.pdf](http://www.ra-national.ru/sites/default/files/Obzor_Rating_Investment_Regions_VII_2020.pdf) (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>34</sup> Бюджеты российских регионов в 2018 году [Электронный ресурс] // Рейтинговое агентство “Expert”. 2019. 20 фев. URL: <https://www.raexpert.ru/docbank/7bb/111/829/786e587521dd44e155eebdf.pdf> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>35</sup> Динамика численности постоянного населения [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Мордовиястата. 2020. 22 апр. URL: <https://mrd.gks.ru/folder/27964> (дата обращения: 01.05.2020).

<sup>36</sup> Родившиеся, умершие и естественный прирост населения [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Мордовиястата. 2020. 22 апр. URL: <https://mrd.gks.ru/folder/27964> (дата обращения: 01.05.2020).

<sup>37</sup> Браки и разводы [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Мордовиястата. 2019. 14 июня. URL: <https://mrd.gks.ru/folder/27964> (дата обращения: 01.05.2020).

<sup>38</sup> Почти 19 % населения Мордовии – за чертой бедности [Электронный ресурс] // Mordovmedia. 2019. 8 июля. URL: <https://www.mordovmedia.ru/news/economics/item/76489/> (дата обращения: 01.05.2020).

Показатели, характеризующие уровень жизни населения в регионе, по сравнению с общероссийскими значительно ниже. Так, например, среднедушевые денежные доходы населения в Мордовии в 2019 году составляли 19 904 руб. – это значительно меньше, чем показатель в среднем по России (35 249 руб.)<sup>39</sup>.

В рейтинге российских регионов по качеству жизни Мордовия в 2019 году переместилась на 51-е место (в 2018 году занимала 44-е место)<sup>40</sup>.

Критический уровень распространенности онкологических заболеваний (второе место в России)<sup>41</sup>.

#### **4. Образование**

Дефицит педагогов из-за оттока профессиональных и молодых кадров в более привлекательные регионы.

Низкая вовлеченность работодателей в процесс подготовки кадров.

Неполный доступ к профессиональному образованию для людей с ограниченными возможностями.

#### **5. Спорт**

Допинг-скандал в российской легкой атлетике, затронувший, в числе прочих, подопечных руководителя Центра олимпийской подготовки по спортивной ходьбе Виктора Чегина.

Отсутствие дальнейших перспектив по прибыльной эксплуатации стадиона «Мордовия Арена».

Недостаточное финансирование республиканского хоккейного клуба препятствовало его развитию, несмотря на значительные достижения команды, и привело к закрытию.

Недостаточное финансирование футбольного клуба «Мордовия» привело к значительным задержкам (до нескольких месяцев) в выплате зарплат спортсменам и имело широкий информационный резонанс на федеральном уровне.

#### **6. Историко-культурные и этноконфессиональные**

Утрата объектов культурного наследия. Так, в 2015 году в регионе зарегистрировано 906 объектов культурного (исторического) наследия<sup>42</sup>, а по состоянию на 2020 год – 855<sup>43</sup>. Приказом Минкультнаца Республики Мордовии в 2020 году в план проведения мероприятий по контролю за состоянием включено всего 12 объектов культурного наследия регионального значения<sup>44</sup>.

<sup>39</sup> Среднедушевые денежные доходы населения...

<sup>40</sup> Рейтинг российских регионов по качеству жизни – 2019 [Электронный ресурс] // РИА Новости. 2020. 17 фев. URL: <https://ria.ru/20200217/1564483827.html> (дата обращения: 09.05.2020).

<sup>41</sup> Мордовия – в лидерах всероссийского онкологического антирейтинга [Электронный ресурс] // Mordovmedia. 2019. 17 июня. URL: <https://www.mordovmedia.ru/news/medicine/item/76019/> (дата обращения: 09.05.2020).

<sup>42</sup> В Мордовии было утрачено 28 объектов культурного наследия // Pro Город. 2015. 28 авг. URL: <https://pg13.ru/news/7002> (дата обращения: 09.05.2020).

<sup>43</sup> Реестр объектов культурного наследия Республики Мордовия [Электронный ресурс] // Офиц. сайт М-ва культуры, нац. политики и арх. дела Респ. Мордовия. URL: <https://mktrm.ru/objekty-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>44</sup> Об утверждении плана проведения мероприятий по контролю за состоянием объектов культурного наследия федерального и регионального значения, расположенных на терри-

Отсутствие уникальных архитектурных памятников в масштабах страны. Низкая информационная и содержательная составляющая популяризации музеев республики.

Низкое информирование населения о предстоящих этномероприятиях ввиду недостаточной работы со СМИ (особенно в интернет-пространстве).

Мордовия начала развивать свою государственность в XX веке, в связи с чем нет выраженной причастности городов республики к знаменательным историческим событиям. Так, «Празднование 1000-летия единения мордовского народа с народами Российского государства» вызвало широкий информационный резонанс на федеральном уровне и много негативных комментариев и оценок.

Отдельные аспекты деятельности общественной организации «Фонд спасения эрзянского языка» имеют деструктивный характер и несут элементы финно-угорского сепаратизма. Например, в публикациях периодического издания и интернет-портала «Эрзянь Мастор» фонд неоднократно допускал субъективные суждения по вопросам изменения государственного устройства Российской Федерации посредством образования эрзянской автономии.

### **7. Природно-географические, туристические и экологические**

Малые города Мордовии практически не используют имеющийся потенциал (историко-культурный, природный и др.), несмотря на очевидный экономический успех, исходя из зарубежного и отечественного опыта.

Недостаточное межмуниципальное взаимодействие препятствует созданию механизмов для реального продвижения туристических программ.

Отсутствие стандартизации гостиничных услуг. Существенная разница развития инфраструктуры, сферы обслуживания и гостеприимства в Саранске и других городах республики.

Отсутствие системного охвата коммуникационных каналов по включению городов Мордовии в информационное пространство.

Недостаточно креативных идей, новых экстраординарных подходов по наполнению туристических маршрутов.

Современные технологии не используются в полной мере для продвижения имиджа территории.

Отсутствие необходимого объема финансовых средств на развитие республиканского туризма.

Наличие укоренившихся стереотипов о Мордовии (например, «Мордовия – территория тюрем и лагерей»), что формируют негативное представление о ней как в российском, так и международном информационном пространстве.

Отсутствие комплексной стратегии по продвижению бренда места.

По итогам 2019 года Саранск занял восьмое место по уровню загрязнения воздуха среди российских городов, согласно отчету швейцарской компании IQAir<sup>45</sup>.

---

тории Республики Мордовия [Электронный ресурс]: Приказ М-ва культуры, нац. политики и арх. дела Респ. Мордовия от 27.02.2020 № 90. URL: [http://www.e-mordovia.ru/upload/medialibrary/d0c/90\\_2020.pdf](http://www.e-mordovia.ru/upload/medialibrary/d0c/90_2020.pdf) (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>45</sup> Самые загрязненные города мира в 2019 году (PM2.5) [Электронный ресурс] // IQAir. 2020. URL: <https://www.iqair.com/ru/world-most-polluted-cities?continent=59af92ac3e70001c1bd78e52&country=qNvxAidZLbwhRmQXR&state=&page=1&perPage=50&cities=> (дата обращения: 10.05.2020).

### **Возможности (поле “Opportunities”)**

Продление до 2029 года срока возврата кредитов Мордовии федеральному центру (ранее срок был до 2024 года)<sup>46</sup>.

Дополнительная финансовая поддержка регионов на общую сумму 200 млрд руб. в связи с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19<sup>47</sup>.

Социальная ориентированность российского государства.

Реализация государственных программ Российской Федерации в рамках программного блока «Новое качество жизни» (социальная поддержка граждан, развитие здравоохранения, образования, культуры, содействие занятости населения и др.).

Впервые в истории современной России с 2017 года действует отдельная государственная программа «Реализация государственной национальной политики» с общим ежегодным финансированием мероприятий порядка 2,5 млрд руб.

Активная поддержка федеральным центром гражданских инициатив, в том числе предоставление неправительственным организациям президентских грантов на конкурсной основе<sup>48</sup>.

Формирование общероссийской гражданской нации.

Реализация государственной политики России происходит при активном взаимодействии федеральных и региональных органов власти.

Разработка и продвижение конкурентоспособного туристского продукта (например, проекты «большого туристского кольца Мордовии» и «малого туристского кольца Мордовии») с последующим включением ряда городов республики (Саранска, Темникова, Краснослободска и др.) в Ассоциацию малых туристских городов России (Казакова и др., 2019, с. 588).

Развитие экскурсионно-познавательного религиозного туризма благодаря имеющимся на территории республики храмам и монастырям.

Развитие спорта в России – одно из приоритетных направлений государственной политики.

### **Угрозы (поле “Threats”)**

Мордовия является традиционно дотационным регионом.

Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 оказала негативное воздействие на экономическое развитие как России в целом, так и каждого региона в частности. Особенно могут пострадать дотационные территории, такие как Мордовия.

Резкое снижение нефтяных котировок крайне негативно сказывается на формировании федерального бюджета, вследствие этого создается угроза снижения дотаций республике.

---

<sup>46</sup> Москва отсрочит выплату кредитов Мордовии до 2029 года [Электронный ресурс] // Известия Мордовии. 2020. 29 апр. URL: <https://izvmor.ru/novosti/ekonomika/moskva-otsrochit-vyplatu-kreditov-mordovii-do-2029-goda> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>47</sup> Там же.

<sup>48</sup> Фонд президентских грантов [Электронный ресурс]. URL: <https://президентскиегранты.рф/> (дата обращения: 30.04.2020).

Низкий уровень кредитоспособности региона (78-е место среди субъектов Федерации)<sup>49</sup>.

Высокая уязвимость республики при негативном развитии российской экономики.

Концентрация бюджетных ресурсов на федеральном уровне.

Высокий уровень коррупции.

Отсутствие мер по социально-экономическому выравниванию регионов.

Отсутствие свободной межрегиональной конкуренции.

Неиспользование потенциала гражданской активности и инициативы, что не способствует росту конкурентных преимуществ территории.

Отсроченная выгода от культурно-познавательного туризма не привлекает бизнес.

## ОБСУЖДЕНИЕ

Большинство положительных факторов в полях “Strengths” и “Opportunities” нивелируются негативными из “Weaknesses” и “Threats”. К тому же один негативный фактор может обесценить целую группу положительных. В этой связи стоит отметить, что большое число «сильных» показателей не делают общую картину позитивной.

Властями позиционируются ряд положительных моментов, прежде всего связанных с инвестициями и инновациями, но замалчиваются отрицательные – главным образом относящиеся к социально-экономическому положению региона. Это формирует риск усиления противоречивости между первичным и вторичным, идеальным и реальным имиджем. Например, такие показатели социально-экономического блока поля “Strengths”, как «развитие инновационных проектов», «положительная динамика макроэкономических показателей» и т. д. полностью нивелируются «низким уровнем и качеством жизни населения». Достижение республикой лидирующих позиций по валовой продукции сельского хозяйства, производству промышленной продукции и общей положительной динамике макроэкономических показателей не помогает Мордовии подняться с аутсайдерской позиции по ВРП (66-е место из 85) и изменить негативные показатели по уровню доходов населения (75-е место из 85). Заключение межправительственных соглашений по различным видам сотрудничества с Республикой Беларусь, Бурунди, Венгрией, КНР и увеличение объема поставок в зарубежные страны почти в пять раз за последние пять лет (с 4,5 до 21 млрд руб.) не играют существенной роли в улучшении реальной экономической обстановки в республике, а носят лишь формальный характер.

Реализация мероприятий по упрощению процедур ведения бизнеса и снятию административных барьеров имеет как положительный, так и отрицательный контекст. Так, снятие административных барьеров должно оказать позитивное влияние на привлечение инвестиций в регион, но фактически

<sup>49</sup> Индекс кредитоспособности регионов РФ – итоги 2019 года [Электронный ресурс] // РИА Рейтинг. 2020. 6 апр. URL: [http://vid1.rian.ru/ig/ratings/region\\_credit\\_2020.pdf](http://vid1.rian.ru/ig/ratings/region_credit_2020.pdf) (дата обращения: 08.05.2020).

этого не наблюдается. Поэтому Мордовия занимает низкую позицию и по уровню инвестиционной привлекательности (68-е место из 85 на 2019 год).

Удачное географическое положение республики (близость к экономически развитым регионам и Москве) могло бы стать основополагающим для экономического развития. Например, можно развивать логистический сектор, сделав Мордовию межрегиональным или международным (на пути из / в Казахстан и другие среднеазиатские страны) хабом.

Наличие интеллектуального, научного и производственно-экономического потенциала также нивелируется низким уровнем жизни и низкой заработной платой. Существенная часть работоспособного населения республики уезжает трудоустроившись в другие регионы (наиболее популярное направление – Москва и Московская область). При сохранении текущего уровня доходов и качества жизни отток населения из Мордовии только увеличится.

Имеющиеся долговые проблемы являются одним из основных препятствий экономического развития региона. Их причиной стали популистские решения прошлой команды, последствия которых не удается нейтрализовать в короткие сроки, несмотря на предпринимаемые шаги нынешнего руководства. Республика имеет самый большой государственный долг перед федеральным центром и отличается невыполнением долговых обязательств, возглавляя рейтинг самых закредитованных регионов России и антирейтинг по консолидированному бюджету<sup>50</sup>. Мордовия фактически лишена финансовой самостоятельности ввиду казначейского сопровождения.

Рост объемов жилья и уникальная программа кредитования под 5 % не приносят очевидных плюсов ввиду высокой стоимости и низкой покупательской способности населения. К тому же ипотека в 5 % предусматривается лишь при покупке жилья на нескольких улицах г. Саранска, т. е. под программу попадает заведомо коммерчески невостребованное вследствие неудобного или непопулярного местоположения жилье. Строительная отрасль в условиях пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 оказалась одной из наиболее пострадавших. Так, если на 10 апреля 2019 года было продано 230 квартир, то за аналогичный период 2020 года – всего 10<sup>51</sup>. Долгое время отрасль была для Мордовии показательной, но сложившиеся в 2020 году тенденции могут негативно повлиять на все связующие звенья, включая производство цемента, деревообработку, работу строительных заводов и т. д.

Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 и резкое снижение нефтяных котировок приведут к значительному сокращению федерального бюджета и, следовательно, к вероятному снижению объемов столь необходимых Мордовии дотаций. В кризисных условиях необходимо акцентировать внимание на самообеспечении и развитии отсталых секторов экономики, используя максимум внутренних ресурсов. Вследствие этого можно если не прекратить, то значительно сократить зависимость от постоянно увели-

<sup>50</sup> Бюджеты российских регионов в 2018 году...

<sup>51</sup> Бюджет Мордовии потеряет около 5 млрд рублей из-за эпидемии covid-19 [Электронный ресурс] // Столица-С. 2020. 29 апр. URL: <https://stolica-s.su/news/economics/261268> (дата обращения: 30.05.2020).

чивающихся заимствований и дотаций из федерального центра. Мордовия располагает многими потенциально значимыми атрибутами для успешного экономического развития.

Особо примечателен политический блок имиджа республики ввиду высокого уровня политической стабильности и низкого уровня социальной напряженности. Именно константность в сфере политики во многом позволяет получать из федерального центра дотации, играющие важнейшую роль в поддержании региона. Интересно, что, несмотря на очевидное депрессивное состояние экономики республики, социальная напряженность находится на низком уровне, что говорит об успешной работе политического руководства в этом направлении. В Мордовии достаточная консолидация элиты при доминировании фигуры губернатора. Из-за особых экономических условий работа направлена на бюджетную экономию, отсутствуют противоречия между региональными и муниципальными властями, как и турбулентность в межвыборный период. Данные факторы, а также отсутствие политической конкуренции способствуют благоприятному и выгодному сотрудничеству с федеральным центром. Однако жизнеспособность подобной конструкции возможна только при консервативной модели развития элит как в России, так и Мордовии. Иначе говоря, любые кардинальные изменения на региональном или общенациональном уровне могут привести к качественной трансформации отношений между центром и периферией.

Мордовия входит в число безопасных регионов страны за счет невысокого количества преступлений на душу населения и одних из самых низких в стране показателей насильственных преступлений. Однако республику отличает высокий уровень коррупции и кланово-корпоративных отношений в бизнесе. Очевидно, это следствие укоренения ультраконсервативной системы элит в республике. Среди региональных СМИ отсутствуют независимые. Все масс-медиа выполняют заказ либо непосредственно правительства, либо определенных влиятельных кругов.

Очевидный плюс в формировании положительного имиджа – толерантное и гармоничное сосуществование различных народов и представителей конфессий. В силу наличия двух основных субэтносов (мокша и эрзя) присутствует бинарность мордовского народа, но этот фактор нельзя считать негативным, так как субэтноты формируют единую мордовскую общность без ярко выраженного и прогрессирующего бинарного деления этнического самосознания и противопоставления друг другу. Однако имеются и отрицательные моменты в общем положительном этноконфессиональном развитии региона. Так, отдельные деструктивные группы вносят дезинтегрирующие и регрессивные идеи, имеющие близкую к экстремизму направленность. Например, Фонд спасения эрзянского языка, который допускает изменения государственного устройства России и создание эрзянской автономии. Подобные заявления направлены на дестабилизацию этноконфессиональной солидарности народов Мордовии. Необходимо принимать меры для предотвращения деятельности таких организаций, но осуществлять это максимально корректно, ввиду возможного возникновения радикальных настроений у групп населения, подвергшихся их идеологическому воздействию.

Конфликтные ситуации из-за запрета ношения хиджабов в школе характерны не только для Мордовии<sup>52</sup>. В других национальных республиках наблюдаются схожие проблемы (например, запрет на обязательное изучение национального языка в Башкирии). В данной ситуации школьное руководство пошло на крайние меры. Региональная интерпретация вышестоящих указаний нередко приобретает утрированную форму.

Проблемы сферы образования в Мордовии во многом являются следствием экономического упадка. Так, наблюдается дефицит педагогических кадров ввиду неудовлетворительной экономической обстановки в регионе, что приводит к оттоку значительного количества как потенциальных, так и реальных работников в экономически более привлекательные регионы. Рассматривая Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева как объект образовательного имиджа Мордовии, отметим, что вуз предоставляет возможности обучения на всех уровнях высшего образования, реализует разноплановые образовательные программы. Университет активно работает на привлечение как внешней (в данном случае зарубежной) целевой аудитории в регион, так и внутренней (из других регионов). Но при всех положительных факторах имеется значительный минус: имидж-стратегия университета не включена в общую имиджевую стратегию региона.

Спортивная сфера региона – наиболее противоречивая в контексте общереспубликанского имиджа. За Мордовией закрепился статус «спортивного региона», регион часто ассоциируется со спортивными достижениями не только российского, но и мирового уровня, особенно в спортивной ходьбе. Имеется большой опыт организации и проведения спортивных мероприятий, ведется активное формирование инфраструктуры и популяризация спорта у населения. Функционирует множество спортивных сооружений, осуществляются государственные программы по развитию спорта. Однако весь положительный спортивный бэкграунд региона оказался под ударом после допинг-скандалов. С 2005 по 2014 год 13 мордовских ходоков были дисквалифицированы на различные сроки (О. Каниськина, Е. Лашманова, А. Воеводин, С. Кирдяпкин, В. Борчин, С. Бакулин и др.), в том числе пожизненно (В. Канайкин).

Выбор Саранска для проведения ЧМ-2018 вызвал неоднозначную реакцию как внутри региона, так и за его пределами ввиду малой численности населения и низкого уровня жизни по сравнению с другими городами-организаторами. Тем не менее очевиден туристический успех столицы республики: Саранск занял первое место среди городов-организаторов по туристическому росту за время проведения чемпионата (прирост составил 1 678 % по данным Федерального агентства по туризму<sup>53</sup>). Столицу Мордовии посетили

<sup>52</sup> *Зубов Г., Ветров И.* Увидим в хиджабе – уволим из школы [Электронный ресурс] // Газета. ru. 2017. 20 янв. URL: <https://www.gazeta.ru/social/2017/01/20/10484681.shtml> (дата обращения: 10.05.2020).

<sup>53</sup> *В дни ЧМ-2018 турпоток в Саранске вырос на 1678 процентов* // Рос. газета. 2018. 7 июля. URL: <https://rg.ru/2018/07/07/reg-pfo/v-dni-chm-2018-turpotok-v-saranske-vyros-na-1678-percentov.html> (дата обращения: 10.05.2020).

более 100 000 туристов из Японии, Дании, Перу, Туниса, Китая и других стран. Однако отсутствуют дальнейшие перспективы по эксплуатации стадиона – футбол в Мордовии переживает тяжелый кризис, а команды из других регионов не хотят проводить футбольные матчи на мордовском стадионе ввиду высокой стоимости аренды и низкой заинтересованности болельщиков.

В сентябре 2019 года фактически была приостановлена деятельность перспективного хоккейного клуба «Мордовия» ввиду прекращения финансирования. Ранее мордовская команда уже испытывала трудности, а многообещающих игроков зачастую покупали другие клубы. К тому же, несмотря на высокие результаты, команда не могла переходить в высшие лиги российского хоккея. Аналогичная ситуация наблюдается и с футбольным клубом «Мордовия». Игрокам клуба по несколько месяцев не выплачивается заработная плата. Очевидно, что финансовые трудности неблагоприятно влияют на командный настрой, а отсутствие стимула не позволяет достичь успешных результатов на соревнованиях. Хотя стоит отметить, что команда добивалась значительных достижений и три года выступала в российской премьер-лиге (сезоны 2012/13, 2014/15 и 2015/16).

Лишение статуса легкоатлетической республики из-за допинг-скандала должно было стимулировать поддержку и развитие других видов спорта, но этого не произошло.

Рассматривая культурно-исторический блок и его потенциал для развития республиканского имиджа, отметим, что привлекательность разветвленной сети учреждений культуры и искусства снижается вследствие низкой информационно-технологической и содержательной составляющей их популяризации, отсутствия активного продвижения и вовлечения аудитории соцсетей, отсутствия программ по привлечению молодых специалистов в сферу культуры, закрытия в селах и деревнях региона учреждений культуры (библиотек, клубов). Исходя из этого можно предположить, что количество объектов (свыше 1 080) является не следствием достижения, а результатом упадка. Таким образом, можно спрогнозировать дальнейшее сокращение числа учреждений культуры и искусства.

Наличие памятников архитектуры практически полностью нивелируется двумя негативными факторами – утратой объектов культурного наследия и отсутствием уникальных памятников, которые могли бы выделяться в масштабах страны. Имеющиеся памятники не способствуют созданию масштабного туристического потока в республику в силу их «обыкновенности». В ПФО достаточно достопримечательностей (как исторических, так и географических), обеспечивающих стабильный туристический трафик. В их число входят, например, Нижегородский кремль и Дивеевский монастырь (Нижегородская область), мечеть «Кул-Шариф» (Татарстан), памятник Салавату Юлаеву (самая большая конная статуя в Европе) и шиханы (Башкортостан), один из крупнейших в мире скульптурный парк «Легенда» (Пензенская область), музей-заповедник «Иднакар» (Удмуртия), утес Степана Разина (Саратовская область), Кунгурская пещера (Пермский край) и др. Однако разработка региональной программы по реставрации памятников культурного наследия с дальнейшим продвижением Мордовии как региона с особым отношением

к историко-культурным памятникам может помочь в снижении влияния негативных факторов, а формирование устойчивого имиджа туристско-рекреационной территории европейской части России, ввиду наличия широкого природного разнообразия и расположения вблизи крупных городов, поспособствует притоку туристов. Но для реализации потенциальных возможностей требуется значительное финансирование, в частности, выделение дополнительных дотаций.

В Мордовии уделяется достаточно внимания национальному аспекту, культуре и традициям народов, проживающих в республике. Ежегодно организуются этнофестивали: «Раськень озкс» и «Велень озкс» (эрзя), «Акша келу» (мокша), «Сабантуй» (татары и башкиры), «День славянской письменности и культуры» (русские). Однако существует проблема низкого информирования населения о предстоящих этномероприятиях ввиду недостаточной работы со СМИ (особенно в интернет-пространстве). В Мордовии отсутствует разнообразие в культурно-массовых событиях, поэтому каждое может собрать большую аудиторию при должном анонсировании.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Республика Мордовия, отличающаяся большим количеством негативных факторов для выстраивания положительного имиджа территории, не имеет комплексной стратегии по продвижению бренда места, которая могла бы позволить реализовать начальный этап позитивирования имиджа. У региона изначально отсутствуют факторы, которые могли бы использоваться для достижения положительного представления о территории без особых усилий.

Наблюдается ярко выраженная противоречивость между идеальным и реальным имиджем за счет активного продвижения отдельных позиций. К ним относятся следующие: безопасная территория, развитие городской инфраструктуры, улучшение предпринимательского климата, стимулирование экономической активности и роста, поддержка инновационного развития и т. п. В то же время имеются социально-экономические характеристики, которые демонстрируют противоположную, т. е. негативную, тенденцию в республике. К ним относятся, например, низкий уровень доходов и качества жизни населения, низкий уровень прожиточного минимума.

Кроме этого, несоответствие между первичным и вторичным имиджем приводит к разочарованию и оттоку внешней аудитории из региона, а также распространению негативной информации в виде низких оценок его потенциала. Существующие стереотипы о Мордовии в международном информационном пространстве формируют негативный первичный образ. В республике нет центра по планированию, координации и мониторингу развития территориального бренда, что делает имидж республики простым (стихийным).

В информационном пространстве региона происходит акцентирование положительной и частичное замалчивание отрицательной информации о развитии территории, что приводит к недовольству населения, а также влияет

на возрастание разрыва между идеальным и реальным имиджем и в конечном итоге снижает репутационный капитал.

Для преодоления негативных тенденций необходимо: усилить мероприятия, направленные на повышение качества жизни населения, разработать и официально утвердить комплексную имиджевую стратегию, включающую концепцию территориального брендинга, а к формированию образа региона привлечь специалистов в области имиджмейкинга.

## **БЛАГОДАРНОСТИ**

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) и Правительства Республики Мордовия, проект № 18-411-130012 р\_а «Современный регион в фокусе политической имиджологии (на примере Республики Мордовия)».

## **Библиографический список**

*Алябьева Е. М.* Имидж территории как фактор экономического развития // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2017. № 4. С. 26–30.

*Анхольт С.* Создание бренда страны // Бренд-менеджмент. 2007. № 1. С. 50–52.

*Базилян С. А.* Роль региональных брендов в накоплении символического капитала места (на примере Великого Новгорода) // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6, № 4. С. 592–602. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(4).592-602.

*Бачерикова М. Л., Пархомчук Л. П., Зиновьева Н. В.* Влияние имиджевых характеристик Приморского края на инвестиционные намерения зарубежного бизнеса // Практический маркетинг. 2018. № 10. С. 10–15.

*Богатова О. А.* Социальные технологии управления республиканской и российской идентичностью в оценках населения Республики Мордовия: опыт качественного социологического исследования // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2017. Т. 1, № 1. С. 54–70.

*Важенина И. С., Важенин С. Г.* Имидж, репутация и доверие в конкурентной экономике (территориальный аспект) // Маркетинг в России и за рубежом. 2017. № 3. С. 67–78.

*Василенко И. А.* Возрождение культурной жизни российской провинции как фактор формирования эффективной имиджевой стратегии регионов // Перспективы. Электронный журнал. 2016. № 2. С. 31–44 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.perspektivy.info/upload/iblock/ca8/2\\_2016.pdf](http://www.perspektivy.info/upload/iblock/ca8/2_2016.pdf) (дата обращения: 04.02.2020).

*Волкова В. В., Кулакова Л. В.* Роль этнокультурных особенностей региона в формировании геоимиджа (на примере Республики Мордовия) // Политика и Общество. 2017. № 2. С. 67–76. DOI: 10.7256/2454-0684.2017.2.20143.

*Ежова Е. Н.* Стратегия формирования имиджа Северного Кавказа // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. 2016. № 2. С. 195–201.

*Замятин Д. Н.* Геокультурный брендинг городов и территорий: от гения места к имиджевым ресурсам // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т. 9, № 2. С. 25–31. DOI: 10.12737/11392.

*Кадачигова Д. С.* Структурные элементы имиджа территориального субъекта // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7, № 1. С. 73–76.

*Казакова М. Н., Напалкова И. Г.* Имидж главы региона как элемент имиджа территории (на примере Республики Мордовия) [Электронный ресурс] // Гуманитарные и политико-правовые исследования. 2019. № 2. С. 81–104. URL: <http://svijournal.ru/wp-content/uploads/2019/06/Казакова-статья.pdf> (дата обращения: 04.02.2020).

*Казакова М. Н., Напалкова И. Г., Десяев Д. Г.* Культурно-исторический бекграунд и развитие туризма в провинциальных городах (на примере Республики Мордовия) // Проблемы и тенденции развития социокультурного пространства России: история и современность: материалы VI междунар. науч.-практ. конф. / Под ред. Т. И. Рябовой. Брянск: Брян. гос. инженер.-техн. ун-т, 2019. С. 578–589.

*Кильдюшикина И. Г., Радайкин А. А., Григораиш Д. Р.* Бренд Республики Мордовия как фактор ее конкурентоспособности // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. 2016. № 2. С. 133–142.

*Лизаркин А. Р., Панчук Н. Н.* Роль архитектуры в формировании имиджа города Хабаровска // Новые идеи нового века: материалы междунар. науч. конф. фак. архитектуры и дизайна Тихоокеан. гос. ун-та. Т. 2 / Ред. колл. Е. М. Самсонова, В. И. Лучкова, Л. Г. Дьячков. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2018. С. 176–180.

*Майкова С. Э., Окунев Д. В.* Исследование перспектив формирования и развития финно-угорского туристского кластера в Республике Мордовия // Регионоведение. Regionology. 2018. Т. 26, № 3. С. 438–459. DOI: 10.15507/2413-1407.104.026.201803.438-459.

*Маленова Е. Д., Терских М. В.* Подходы к понятию «имидж территории»: научный обзор // Стратегия устойчивого развития регионов России. 2015. № 26. С. 75–79.

*Напалкова И. Г., Курочкина К. В.* Имидж региона: специфика, основные элементы и технологии конструирования // Экономическая история. 2018. Т. 14, № 4. С. 414–429. DOI: 10.15507/2409-630X.043.014.201804.414-429.

*Серкина А. Е., Бибина Е. Н., Ломакина Н. А.* Природные и культурные памятники Республики Мордовии как перспективы развития туристической отрасли на территории региона // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России: материалы студен. науч.-практ. конф. / Под ред. С. В. Дусенко, В. И. Шарикова. М.: Рос. гос. ун-т физ. культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК), 2017. С. 200–205.

*Чиркова О. Н.* Влияние имиджевой политики и этнокультурного брендинга региона на формирование и развитие региональной идентичности // Регионоведение. Regionology. 2016. № 3. С. 88–105.

*Юнусова А. Б., Фролова И. В.* Республика Башкортостан: историко-культурные и религиозные символы в имиджевой стратегии республики // Известия Уфимского научного центра РАН. 2017. № 1. С. 99–105.

*Bearden W. O., Netemeyer R. G., Haws K. L.* Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2011. 624 p. DOI: 10.4135/9781412996761.

*Jenes B.* Theoretical and practical issues in measuring country image dimensions and measurement model of country image and country brand. Budapest: Corvinus University of Budapest, 2012. 288 p.

*Martin I. M., Eroglu S.* Measuring a multi-dimensional construct: Country image // Journal of Business Research. 1993. vol. 28, № 3. P. 191–210. DOI: 10.1016/0148-2963(93)90047-S.

### **Информация об авторах**

**Десяев Дмитрий Геннадьевич** – аспирант ГКУ Республики Мордовия «Научно-исследовательский институт гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия», 430005, Россия, г. Саранск, ул. Л. Толстого, 3, научный сотрудник Научно-образовательного центра «Политический анализ территориальных систем» ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева», 430005, Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, 68

ORCID: 0000-0003-4353-4400

ResearcherID: –

Электронный адрес: [exprise@mail.ru](mailto:exprise@mail.ru)

**Напалкова Ирина Геннадьевна** – канд. ист. наук, доцент, доцент кафедры всеобщей истории, политологии и регионоведения ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева», 430005, Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, 68

ORCID: 0000-0003-3896-1600

ResearcherID: AAB-9845-2019

Электронный адрес: [zamisi@yandex.ru](mailto:zamisi@yandex.ru)

*Статья получена 14 мая 2020 года*

UDC 314:33.17.022.1(470.345)

DOI: 10.17072/2218-9173-2020-2-203-230

## **REPUBLIC OF MORDOVIA: STRATEGIC ANALYSIS OF IMAGE-FORMING FACTORS**

**Dmitry G. Desyaev**

Research Institute of the Humanities by the Government of the Republic of Mordovia, 3 L. Tolstoy str., Saransk, 430005, Russia

National Research Mordovia State University, 68 Bolshevistskaya str., Saransk, 430005, Russia

ORCID: 0000-0003-4353-4400

ResearcherID: –

E-mail: exprise@mail.ru

**Irina G. Napalkova**

National Research Mordovia State University, 68 Bolshevistskaya str., Saransk, 430005, Russia

ORCID: 0000-0003-3896-1600

ResearcherID: AAB-9845-2019

E-mail: inapalckova@yandex.ru

---

**For citation:**

Desyaev, D. G. and Napalkova, I. G. (2020), “Republic of Mordovia: strategic analysis of image-forming factors”, *Ars Administrandi*, vol. 12, no. 2, pp. 203–230, doi: 10.17072/2218-9173-2020-2-203-230.

---

**Introduction:** sustainable development of territories in the modern information society depends, among other things, on a positively formed and effectively broadcast image. However, the high dynamism of the processes affecting the development of the region, the change of value guidelines and value judgments of the target audiences require the subjects of image-making, especially regional authorities, to develop an integrated image strategy and monitor the situation.

**Objectives:** strategic analysis of image-forming factors of the Republic of Mordovia.

**Methods:** case-study, based on analysis of documents, official statistical information, federal ratings data; SWOT-analysis carried out within the framework of the comprehensive study “Republic of Mordovia in the focus of modern imagology”, which allowed highlighting strong and weak factors of territorial development.

**Results:** factors, events, processes of the region’s development are identified, evaluated and grouped along the lines “strong” – “weak”, “possibility” – “threat”. A SWOT matrix has been drawn up, stating the dominance of weaknesses and threats, according to which development risks are defined, which can increase contradictions between the primary and secondary image of the region and introduce a dissonance into its perception and assessments by important target groups – federal and business elites, tourists, residents of the region.

**Conclusions:** SWOT-analysis demonstrates a substantial contradictory side of the ideal and real image of the Republic of Mordovia, which is one of the main risks for all target groups, as it forms a dissonance in the perception of the territory and contributes to the growth of negative estimates. There is a violation of the core image directions of the region: the positive dynamics of macroeconomic indicators do not lead to an improvement in the quality of life and wage growth; the increase in total life expectancy dissociates with the increase in cancer, etc. In order to offset negative factors and reduce image risks, it is necessary to strengthen measures that contribute to improving the quality of life of the territory’s population,

to develop a holistic concept of territorial branding at the regional level and to involve image-making specialists into the formation of the region's image.

**Keywords:** region; image; positioning; image-making factors; SWOT analysis; case; Republic of Mordovia; contradictory

### Acknowledgements

The research was supported within the grant provided by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and the Government of the Republic of Mordovia, project no. 18-411-130012 r\_a “Modern Region in Focus of the political imagology (on the example of the Republic of Mordovia)”.

### References

- Alyabyeva, E. M. (2016), “Image of the territory as a factor of economic development of regions”, *VESTNIK of Volga region State University of Service. Series “Economics”*, no. 4, pp. 26–30.
- Anholt, S (2007), “Country branding”, *Brend-menedzhment*, no. 1, pp. 50–52.
- Bazikyan, S. A. (2017), “The role of regional brands in accumulating symbolic capital of place (on the example of Veliky Novgorod)”, *Theoretical and practical issues of journalism*, vol. 6, no. 4, pp. 592–602, doi: 10.17150/2308-6203.2017.6(4).592-602.
- Bacherikova, M. L., Parkhomchuk, L. P. and Zinoveva, N. V. (2018), “Influence of image characteristics of Primorsky krai on investment intentions of foreign business”, *Practical marketing*, no. 10, pp. 10–15.
- Bogatova, O. A. (2017), “Social technologies of management of republican and Russian identity in estimations of the population of the republic of Mordovia: experience of qualitative social research”, *Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations*, vol. 1, no. 1, pp. 54–70.
- Vazhenina, I. S. and Vazhenin, S. G. (2017), “Image, reputation and trust in a competitive economy (territorial aspect)”, *Journal of Marketing in Russia and Abroad*, no. 3, pp. 67–78.
- Vasilenko, I. A. (2016), “The revival of the cultural life of the Russian province as a factor in the formation of an effective branding strategy regions”, *Perspectives and prospects. E-journal*, no. 2, pp. 31–44 [Online], available at: [http://www.perspektivy.info/upload/iblock/ca8/2\\_2016.pdf](http://www.perspektivy.info/upload/iblock/ca8/2_2016.pdf) (Accessed Feb. 4, 2020).
- Volkova, V. V. and Kulakova, L. V. (2017), “The role of ethnocultural peculiarities of the region in the formation of geo-image (on the example of the Republic of Mordovia)”, *Politics and Society*, no. 2, pp. 67–76, doi: 10.7256/2454-0684.2017.2.20143.
- Ezhova, E. N. (2016), “The strategy of the north Caucasus image formation”, *Strategicheskie kommunikatsii v biznese i politike*, no. 2, pp. 195–201.
- Zamyatin, D. N. (2015), “Geocultural branding of cities and areas: from genius loci to image resources”, *Service and Tourism: Current Challenges*, vol. 9, no. 2, pp. 25–31, doi: 10.12737/11392.
- Kadachigova, D. S. (2018), “Structural elements of image of a territorial subject”, *Baltic Humanitarian Journal*, vol. 7, no. 1, pp. 73–76.

Kazakova, M. N. and Napalkova, I. G. (2019), “The image of the head region as an element of the image of the territory (on the example of Republic of Mordovia)”, *Gumanitarnye i politiko-pravovye issledovaniya*, no. 2, pp. 81–104 [Online], available at: <http://svijournal.ru/wp-content/uploads/2019/06/Казакова-статья.pdf> (Accessed Feb. 4, 2020).

Kazakova, M. N., Napalkova, I. G. and Desyaev, D. G. (2019), “Cultural-historical background and development of tourism in the provincial cities (on the example of Republic of Mordovia)”, *Problemy i tendencii razvitija sociokul'turnogo prostranstva Rossii: istorija i sovremennost': materialy VI mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii* [Problems and trends in the development of the sociocultural space of Russia: History and present: Proceedings of the VI International scientific and practical conference], Bryansk State Technological University on Engineering, Bryansk, Russia, pp. 578–589.

Kildyushkina, I. G., Radaykin, A. A. and Grigorash, D. R. (2016), “The brand of the Republic of Mordovia as a factor of its competitiveness”, *Vestnik NII gumanitarnykh nauk pri Pravitel'stve Respubliki Mordoviya*, no. 2, pp. 133–142.

Lizarkin, A. R. and Panchuk, N. N. (2018), “The role of architecture in the formation of the image of the Khabarovsk city”, in Samsonova, E. M., Luchkova, V. I. and Dyachkov, L. G. (eds.), *Novye idei novogo veka: materialy mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii fakul'teta arkhitektury i dizaina Tikhookeanskogo gosudarstvennogo universiteta* [New ideas of the new century: Proceedings of the international scientific conference of the Faculty of Architecture and Design, Pacific National University], Pacific National University, Khabarovsk, Russia, pp. 176–180.

Maikova, S. E. and Okunev, D. V. (2018), “Examination of the prospects for formation and development of the finno-ugric tourist cluster in the republic of Mordovia”, *Russian Journal of Regional Studies*, vol. 26, no. 3, pp. 176–180, doi: 10.15507/2413-1407.104.026.201803.438-459.

Malenova, E. D. and Terskikh, M. V. (2015), “Approaches to the concept of “image of the territory”: A scientific review”, *Strategiya ustoichivogo razvitiya regionov Rossii*, vol. 26, pp. 75–79.

Napalkova, I. G. and Kurochkina, K. V. (2018) “The region image: specifics, basic elements and technologies of formation”, *Russian Journal of Economic History*, vol. 14, no. 4, pp. 414–429, doi: 10.15507/2409-630X.043.014.201804.414-429.

Serkina, A. E., Bibina, E. N. and Lomakina, N. A. (2017), “Natural and cultural monuments of the Republic of Mordovia as prospects for the development of the tourism industry in the region”, in Dusenko, S. V. and Sharikov, V. I. (eds.), *Tendentsii razvitiya turizma i gostepriimstva v Rossii* [Trends in the development of tourism and hospitality in Russia], Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), Moscow, Russia, pp. 200–205.

Chirkova, O. N. (2016), “Influence of the image policy and ethno-cultural branding of a region on formation and development of regional identity”, *Russian Journal of Regional Studies*, no. 3, pp. 88–105.

Yunusova, A. B. and Frolova, I. V. (2017), “Republic of Bashkortostan: Historical, cultural and religious symbols in the image strategy of the republic”, *Proceedings of the RAS Ufa Scientific Centre*, no. 1, pp. 99–105.

Bearden, W. O., Netemeyer, R. G. and Haws, K. L. (2011), *Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA, US, doi: 10.4135/9781412996761.

Jenes, B. (2012), *Theoretical and practical issues in measuring country image dimensions and measurement model of country image and country brand*, Corvinus University of Budapest, Budapest, Hungary.

Martin, I. M. and Eroglu, S. (1993), “Measuring a multi-dimensional construct: Country image”, *Journal of Business Research*, vol. 28, no. 3, pp. 191–210, doi: 10.1016/0148-2963(93)90047-S.

*Received May 14, 2020*