

УДК 323.2

DOI: 10.34670/AR.2023.41.80.022

Систематизация брендов региона (на примере Республики Адыгея)

Жаде Зуриет Анзауровна

Доктор политических наук, профессор,
завкафедрой теории и истории государства и права,
конституционного строительства и политологии,
Адыгейский государственный университет,
385000, Российская Федерация, Майкоп, ул. Первомайская, 208;
e-mail: zhadezura@yandex.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования РФ в рамках государственного задания на НИР АГУ по проекту № FENZ-2023-0004 «Потенциал брендинга регионов в укреплении российской национальной идентичности: традиции и инновации».

Аннотация

Поиск направлений компетентного управления брендинговой сферой Республики Адыгеи занимает важное место в Стратегии социально-экономического развития региона. Брендинговая политика региональных органов власти, наряду с другими инструментами стратегического развития, рассматривается в качестве важнейшего ресурса, необходимого для устойчивого развития региона. Представлена авторская систематизация и классификация брендов Республики Адыгеи. Анализируется спектр повседневных практик и технологий, направленных на брендинг территории. Определяются основные достижения в сфере брендинга, способствующие повышению привлекательности и узнаваемости республики. Задумываясь о будущем Адыгеи, следует согласиться с авторами Аналитического доклада Агентство политических и экономических коммуникаций, опубликованного в ноябре 2023 года, в том, что «Команда Мурата Кумпилова смогла эффективно отреагировать на федеральные тренды, проявившиеся в последние годы». Социально-экономическая политика руководства Адыгеи неоднократно получала позитивную оценку федеральной власти. За сто лет Адыгея прошла сложный путь. Нынешние достижения республики – это заслуга многих поколений. Ведь самое главное ее богатство – это талантливые, творческие и трудолюбивые люди, которые чтят свою историю и культуру, с почтением относятся к прошлому и смело смотрят в будущее. Сегодня Адыгея – территория, устремленная в будущее, где комфортно жить и трудиться, предмет гордости и уверенности в завтрашнем дне.

Для цитирования в научных исследованиях

Жаде З.А. Систематизация брендов региона (на примере Республики Адыгея) // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 11А. С. 216-225. DOI: 10.34670/AR.2023.41.80.022

Ключевые слова

Республика Адыгея, бренд региона, региональный брендинг, классификация брендов региона, брендинговая политика, достижения республики.

Введение

Республика Адыгея – это цветущий, активно развивающийся субъект РФ с богатой историей, потрясающей природой, самобытной культурой, развитой медициной, наукой и образованием, выдающимися спортсменами, артистами и учеными, место притяжения туристов и инвестиций. Безусловно, уникальное историко-культурное наследие способствует позиционированию региона и повышению его имиджа.

Адыгея расположена на юго-западе России и простирается от кубанских степей до Главного хребта Большого Кавказа. Это единственный субъект России, расположенный внутри другого – республика является анклавом Краснодарского края и входит в состав ЮФО. В состав республики входят 2 города: Майкоп и Адыгейск, 7 административных районов, в которых проживает 497985 человек (по данным Росстата). Адыгея – полиэтноконфессиональная республика, на ее территории проживают более 100 национальностей. На первом месте на демографической карте стоят русские (58%), на втором – адыги (25,20%). Именно соотношение двух доминирующих этносов позволяет держать баланс этнической и гражданской идентичности. К числу других народов, населяющих республику, относятся армяне, азербайджанцы, татары, греки, создавшие национально-культурные объединения, на опыте которых можно проследить, каким образом в республике выражаются интересы разных этнических общностей. К ним относятся такие организации, как: Майкопское казачье общество, Адыгэ Хасэ – Черкесский парламент, региональное отделение «Союза армян России», Азербайджанское общество «Даяг», Татарское общество «Дуслык», организация греков «Арго». Большинство населения исповедуют православие и ислам: славянское население – христиане, адыги – мусульмане-сунниты.

Основная часть

Какая сегодня Адыгея? Ее конкурентные преимущества обозначены в Стратегии социально-экономического развития Республики Адыгея до 2030 года: регион устойчивого развития на базе природы, климата и экологии; сложившийся в веках историко-культурный стержень; это почти полмиллиона человек; единство общества, бизнеса и команды развития; регион, привлекательный для инвестиций. Стратегией предусмотрена реализация десяти флагманских проектов: «Адыгея без границ», «Умная Адыгея», «Культура Адыгеи» и другие¹. Брендированную политику региональных органов власти, наряду с другими инструментами стратегического развития, следует рассматривать в качестве важнейшего ресурса, необходимого для устойчивого развития региона.

Автором данной статьи при исследовании инструментов и практик политики идентичности в Адыгее, брендирование региона обозначено в качестве одного из направлений политики идентичности, наряду с символической политикой и политикой памяти [Жаде, 2022, 16]. Мы придерживаемся точки зрения, согласно которой, в Республике Адыгея брендирование, ориентированное на внешнюю аудиторию и формируемое для внешнего пользователя, осуществляется с акцентом на сохранение культуры и традиций, то есть с ориентацией в

¹ Стратегия социально-экономического развития Республики Адыгея до 2030 года. URL: <https://base.garant.ru/43636318/53f89421bbdaf741eb2d1ecc4ddb4c33/>

прошое. А для внутреннего пользования брендинг представлен по смешанному типу, сочетающий сохранение традиций и парадигмы развития [Куква, 2023, 309].

2023 год для Адыгеи стал поистине топовым, она вошла в ТОП-3 лидеров по экологическому благополучию; в ТОП-5 регионов, где за последние три года выросла численность населения; в ТОП-5 направлений приключенческого туризма; в Топ-10 самых красивых мест для осеннего отдыха; в ТОП-10 регионов с качественными дорогами; в ТОП-10 российских регионов по созданию госпабликов в соцсетях; в ТОП-10 регионов по реализации федерального проекта «Формирование современной городской среды»; в ТОП-50 регионов по привлекательности развития и инвестиций в санаторно-курортную отрасль; в ТОП-200 лучших школ России в области математики и естественных наук вошли две школы Адыгеи.

Следует также упомянуть, что такие уникальные достижения Адыгеи, как: ансамбль народного танца «Нальмэс», республиканская естественно-математическая школа, фестиваль «Адыгейский сыр», майкопская школа дзюдо и самбо, вошли в проект «Россия – страна достижений», проведенного в рамках подготовки Международного форума-выставки «Россия».

В национальную карту локальных культурных брендов России «Живое наследие» внесены победители конкурса «ТОП-1000 культурных и туристических брендов России». Жителей Адыгеи радуют отзывы в сети Интернет: «Что можно представить, когда слышишь об Адыгее? Красивую природу, горы, плато, чистейшие реки и водопады. Сложный узор национального танца, исполненного стройными танцорами в уникальных костюмах, расшитых золотом. Богатейшее историческое наследие с загадками древних курганов и дольменов. И, конечно, знаменитый адыгейский сыр и вкуснейшее блюдо из него – халюжи. Все это – бренды Адыгеи, благодаря которым республику узнают во всем мире. И они вошли в ТОП-1000 культурных и туристических брендов России»².

Чем славится древняя адыгская земля? Прежде всего, ее прославляют люди, и конечно, бренды, изучая которые, автором данной статьи ранее предложена их классификация [Жаде, 2023, 23].

Основываясь на систематизации брендов развития территорий, включающей, с одной стороны, «брендинг места происхождения товаров и услуг; туристического направления; инвестиционной привлекательности; места жительства» [Назукина, 2022, 41], с другой стороны, «1) определение и демонстрация типичного природного и культурного ландшафта (степь, тундра, горы, городской профиль, инженерные сооружения и т.п.); 2) наиболее известные памятники природного и культурного наследия; 3) исторические и политические события, связанные с географическими объектами, изображенными на карте; 4) известные люди, чья биография или деятельность связаны с географическими объектами, изображенными на карте [Тишков, 2012, с. 22], в данной статье систематизируем и охарактеризуем бренды Адыгеи.

В первую очередь, это – официальные бренды: флаг, герб, гимн, в тексте которого такие слова: «Славься, живи, Адыгея, / Милая сердцу страна. / Наши народы согрела / Добрым согласьем она».

Во-вторых, географические/природные/рекреационные, которые отнесены к неофициальным брендам. Доказательством узнаваемости и популярности наших гор является то, что в честь легендарной горы Фишт назван олимпийский стадион в Сочи, а плато Лагонаки внесено в «ТОП-1000 культурных и туристических брендов России».

² Бренды Адыгеи. Какой ее знают в мире. URL: <https://clck.ru/35tLks>

Третья группа – исторические. К примеру, Майкопский курган – ровесник египетских пирамид, относящийся к III тыс. до н. э., был раскопан в 1897 году. Другой пример – Южная ветка Великого Шелкового пути, проходившего по территории нынешней Адыгеи, насыщена археологическими памятниками. Большой исторический интерес представляет и Хаджохская группа дольменов, которая включает около 150 мегалитов.

К четвертой – этнографической – отнесем фольклор, традиции, национальные костюмы, золотое шитье. Традиции и обычаи нашего народа вызывают неподдельный интерес, ведь это одна из немногих этнических групп, сохранившая самобытность и максимально соблюдающая культурные устои своих предков. Главными достоинствами для нас считаются уважение к старшим и гостеприимство. Гость является священным и неприкосновенным лицом, считается, что он несет с собой счастье и благополучие.

Пятая – религиозные. Как было сказано выше, большинство населения исповедуют православие и ислам. Главной православной структурой является Майкопская и Адыгейская епархия Русской православной церкви. Из наиболее значимых культовых сооружений действуют Свято-Михайловский Афонский мужской монастырь, Троицкий кафедральный собор в Майкопе и Успенский собор. Духовное управление мусульман Республики Адыгея и Краснодарского края в последние годы проводит активную деятельность по возрождению ислама. В 2000 году в Майкопе открыта Соборная мечеть.

Шестая группа – экономические. Адыгея – аграрно-индустриальный регион, обладающий большим потенциалом для развития туризма. В регионе доминируют сельское хозяйство и обрабатывающие производства. К ведущим отраслям промышленности относятся пищевая, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная. В сельском хозяйстве в приоритете развитие молочного скотоводства. Основу растениеводства составляют зерновые культуры и овощи. Большими темпами развивается рисоводство и садоводство. Республика обладает реальным потенциалом для использования возобновляемых источников энергии. В регионе появилась и зеленая энергетика.

К следующей – культурной – следует отнести древнейший памятник культуры этноса – знаменитый Нартский эпос. Адыгею прославляют: Национальный театр, который недавно вошел в тройку лидеров номинации «Лучший национальный театр» премии «Звезда театрал»; ансамбли народного танца «Нальмэс» и народной песни «Исламей», Камерный музыкальный театр имени А.А. Ханаху, Симфонический оркестр Государственной филармонии и т.д. В Адыгее есть музеи, посвященные истории и культуре региона. Национальный музей является одним из крупнейших музеев в Кавказском регионе, в коллекции которого находятся предметы адыгской культуры, археологические находки, предметы быта, которые позволяют познакомиться с богатым наследием региона. Северокавказский филиал Государственного музея Востока является единственным в России музеем, специализирующимся на искусстве народов Северного Кавказа.

Восьмая группа – научно-образовательные, к которым, прежде всего, следует отнести АРИГИ им. Т.М. Керашева, на базе которого создан Проектный офис по формированию комплексного подхода к сохранению и изучению адыгейского языка. Систему высшего образования представляют Адыгейский государственный университет и Майкопский государственный технологический университет. Адыгейский госуниверситет является крупным научно-образовательным комплексом с развитой инфраструктурой, входит в ТОП-100 лучших вузов России, став в 2020 году победителем проекта «Приоритет-2030». На базе АГУ созданы Кавказский математический центр, ориентированный на повышение уровня исследований в

области математики; Региональный центр выявления и поддержки одаренных детей «Полярис-Адыгея» как структурное подразделение знаменитой на всю Россию Республиканской естественно-математической школы, которая строится по модели образовательного центра «Сириус».

Девятая – информационно-цифровые. Активными субъектами брендинга выступают такие СМИ, как филиал ГТРК, две республиканские и девять муниципальных газет. Активно развиваются официальные страницы (госпаблики) и неофициальные площадки в социальных медиа, ставшие каналом обратной связи с населением.

Десятая группа – спортивные. Знаковой для Адыгеи является история спортивных достижений. На весь мир известна школа дзюдо и самбо Якуба Коблева. Трудно перечислить всех, кто принес в спортивную копилку республики множество достойных наград. Имена таких выдающихся спортсменов, как Мурат Хасанов, Владимир Невзоров, Арамбий Хапай, **Мухарбий Киржинов**, Сергей Алифиренко, **Арамбий Емиж и других вписаны в спортивную летопись Адыгеи и России**. В республике действует Центр спортивной подготовки по конному спорту, создано «Общество черкесских всадников» – «Шыу хасэ», которое организовало этноцентр по джигитовке. Данный вид спорта особо популярен, потому что ранее адыга невозможно было представить без любимого коня, который на адыгском языке имеет второе значение – брат.

К одиннадцатой группе относятся персонализированные символы-идентификаторы – известные земляки, связанные своими корнями с Адыгеей. Говоря об этом, в первую очередь, следует назвать 59 уроженцев, которые стали Героями Советского Союза и полными кавалерами ордена Славы. Первым Героем стал поэт, писатель и журналист Хусен Андрухаев, последняя фраза которого «Русские не сдаются» стала символом противостояния с противниками. Его именем названы Адыгейский педагогический колледж и Майкопский 3-й артиллерийский дивизион, который находится в зоне специальной военной операции на Украине. Родная школа автора данной статьи в ауле Панахес носит имя Героя Советского Союза Алубачира Чуца.

Изучая летопись Адыгеи, приходишь к выводу, что в истории каждого народа есть имена, которые вписаны золотыми буквами, у каждого народа есть герои, ставшие легендами. Один из таких прославленных сынов – Исхак Шумафович Машбаш – знаменитый поэт и писатель, выдающийся классик адыгской литературы, Герой труда России, Лауреат Всероссийской премии «Гордость нации – 2023» в номинации «За вклад в обеспечение гражданского единства и межнационального согласия». Событием в культурной жизни республики в 2023 году стал выход в свет полнометражного художественного фильма «Графиня Аиссе» по одноименному роману писателя.

С момента возникновения государственности и до сегодняшнего дня Адыгее повезло с руководителями, которые все свои знания, опыт и силы направляли и направляют на эффективное решение задач социально-экономического развития и процветание региона. Главой республики в настоящее время является Мурат Каральбиевич Кумпилов.

Двенадцатый бренд – город Майкоп, основанный в 1857 году, с 1936 года стал столицей Адыгеи, название которого происходит от адыгского слова «Мыекъуапэ», что означает долина яблонь. Это столица с населением около 140 тыс. человек, по своим параметрам – один из красивых и благоустроенных северокавказских городов, уникальность которого заключается в переплетении традиций и инноваций.

Брендинг города ученые определяют как «процесс осознанного и целенаправленного

формирования бренда города, то есть поиска, выражения и развития городской идентичности, а также представления ее в ярких, взаимосвязанных образах, привлекательных для целевых аудиторий» [Визгалов, 2011, 42]. Именно по такому принципу выстраивается брендинг Майкопа, который с каждым годом становится все привлекательнее и удобнее для жителей и гостей. В июле 2023 года два города Адыгеи вошли в число победителей VIII Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды. Проведены масштабные работы по формированию зоны отдыха в городском парке, установлен арт-объект в виде главного символа Майкопа – яблока.

На территории республиканского стадиона открыт первый в регионе скейт-парк для любителей этого вида спорта. Адыгея получила средства на капитальный ремонт бассейна, который считается самым большим плавательным бассейном открытого типа в Европе. К числу символов региона добавились золотая кладовая известного ювелира Аси Еурых и многофункциональное арт-пространство Сусанны Макеровой – арт-директора и создателя бренда SuzieM.

И, наконец, тринадцатая группа – гастрономические. Культура Адыгеи проявляется и в национальной кухне. Адыгейские сыр, соль, чай и мед являются настоящей гордостью региона и пользуются огромной популярностью не только у жителей, но и у гостей. Одно из самых популярных блюд – шипс, считающийся главным этномаркирующим яством. Такие бренды Адыгеи, как: «Адыгейский сыр», «Адыгейская соль», «Адыгейский чай», «Минеральная вода Майкопская», «Пиво Майкопское», «Водка Майкопская» и «Лимонад Майкопский», зарегистрированы в Федеральной службе по интеллектуальной собственности³.

Анализируя бренды региона, мы придерживаемся точки зрения А.Ю. Шадже, согласно которой «инновационное управление регионом, в частности управление брендами, представляет собой «направление» или «мягкое воздействие» на сложные открытые системы, каковыми являются «регион», «общество», «бренд» [Шадже, 2023, 128].

Адыгея славится различными ежегодными праздниками и фестивалями. Наличие у региона событийного календаря, включающего этнические фестивали и праздники, актуализирует интерес к достопримечательностям и вносит вклад в формирование привлекательного имиджа республики. Международный фестиваль адыгской (черкесской) культуры проводится с целью сохранения и развития национальной культуры, фольклорных традиций, выявления самобытных исполнителей адыгской народных песен и танцев. В Межрегиональном фестивале-конкурсе казачьей культуры в 2023 году приняли участие коллективы из 18 регионов страны.

В последние годы туристический поток в Адыгею составляет не менее полумиллиона человек в год. Людей привлекают не только природа, климат, экология, но и мероприятия, которые проводятся в сфере событийного туризма. Знаменитый Фестиваль адыгейского сыра получил статус «Национальное событие года», включен в календарь лучших проектов России для туристов. В 2023 году состоялся XII Фестиваль, собравший рекордное число участников и гостей – более 36 тысяч человек. Этнографический праздник «День халюжа», на котором гости могут не только увидеть, как готовится халюж, но и попробовать это вкуснейшее национальное блюдо, в 2023 году прошел в 12 раз.

В республике активно восстанавливают традиции, в том числе сельскохозяйственные, ведь

³ В Адыгее рассказали о регистрации национальных брендов. URL: <https://adygvoice.ru/2023/02/20/в-адыгее-рассказали-о-регистрации-нац/?ysclid=lpuyf5el53281649780>

издревле адыги были искусными садоводами. В настоящее время реализуется проект восстановления традиционных черкесских садов. Праздник «День черкесской груши» в 2023 году проведен в 11 раз. Гости узнают о таком богатом природно-культурном наследии адыгов, как черкесские сады, которые появились сотни лет назад и плодоносят до сих пор. «День адыгейской тыквы» – третий этнографический праздник проводится с целью сохранения народных традиций и обычаев, а также развития туристско-рекреационных ресурсов. Тыква – один из продуктов приготовления национальных блюд, является чемпионом среди овощей по количеству содержащегося в ней железа.

Республика часто становится местом съемок самых рейтинговых телепередач центральных каналов. В 2023 году в Адыгее черпали вдохновение ведущие шеф-повара Москвы, чьи программы «Поедем, поедим!» и «Повара на колесах» – социально-значимые проекты, создающие положительный образ региона и способствующие развитию брендов.

Особую популярность приобрели гастрономические туры, основная цель которых – знакомство с регионом через призму национальной кухни. Для гастрономического туриста еда – в первую очередь, категория культуры. С такой позиции традиционная кухня воспринимается в связи с историей, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность региона.

К числу несомненных достижений Адыгеи следует отнести участие в проекте российских железных дорог «К горам и термам», который следует из Ростова-на-Дону до Хаджоха. Первый поезд прибыл 4 ноября – в День народного единства. Туристам предлагают экскурсионную программу, в ходе которой предстоит за два дня максимально открыть привлекательность Адыгеи, познакомиться с традициями и национальной кухней.

Под слоганом «Адыгея – маленькая республика с большим сердцем» прошел 2022 год в Адыгее – год столетия государственности региона⁴. То, что сегодня имеет республика, стало возможно благодаря событиям столетней давности. Без автономии трудно было бы определить судьбу адыгского народа.

Чем ознаменовался год векового юбилея государственности Адыгеи? В Государственном Кремлевском Дворце состоялось торжественное мероприятие по случаю празднования юбилея трех братских республик – Адыгеи, Кабардино-Балкарии и Карачаево-Черкесии, на котором Президент России акцентировал внимание на огромном вкладе жителей трех регионов в дело строительства и созидания единого российского государства.

Для нас, представителей научного сообщества, значимым событием стало создание научно-образовательного консорциума «Вернадский – Республика Адыгея», призванного способствовать повышению научного потенциала республики и роли университетов в устойчивом развитии республики, превращению вузов в интеллектуальные центры и локомотивы развития.

Следует согласиться с коллегами в том, что «представляется необходимым в целях создания эффективного инструмента продвижения туристских возможностей Адыгеи, привлечения туристов и инвесторов провести целенаправленный комплекс мероприятий по формированию и продвижению яркого и привлекательного бренда Республики Адыгея» [Горлова, 2022, 243].

⁴ В Адыгее завершилось голосование за лучший слоган к 100-летию региона. URL: <https://adigeatoday.ru/news/34156.html>

Заключение

Задумываясь о будущем Адыгеи, следует согласиться с авторами Аналитического доклада Агентство политических и экономических коммуникаций (АПЭК), опубликованного в ноябре 2023 года, в том, что «Команда Мурата Кумпилова смогла эффективно отреагировать на федеральные тренды, проявившиеся в последние годы»⁵.

Социально-экономическая политика руководства Адыгеи неоднократно получала позитивную оценку федеральной власти. Так, во-первых, в июне 2023 года Президент России наградил Главу Адыгеи Мурата Кумпилова орденом «За заслуги перед Отечеством» IV степени «за большой вклад в социально-экономическое развитие Адыгеи». Во-вторых, в июле 2023 года в ходе заседания президиума правительственной комиссии по региональному развитию республика названа в числе 8 субъектов, продемонстрировавших наилучшие результаты по исполнению национальных проектов и федеральных программ; Глава Правительства России назвал республику в числе 4 регионов, которым на развитие туристических кластеров будет выделено более 1 млрд рублей, из которого Адыгее предполагается 125,89 млн рублей, планируемых направить на реализацию одного из якорных проектов – всесезонного экокорта «Лагонаки», который станет ключевым драйвером инфраструктурного развития и расширения потенциала республиканского бизнес-сообщества.

За сто лет Адыгея прошла сложный путь. Нынешние достижения республики – это заслуга многих поколений. Ведь самое главное ее богатство – это талантливые, творческие и трудолюбивые люди, которые чтят свою историю и культуру, с почтением относятся к прошлому и смело смотрят в будущее. Сегодня Адыгея – территория, устремленная в будущее, где комфортно жить и трудиться, предмет гордости и уверенности в завтрашнем дне.

Библиография

1. Визгалов Д.В. Брендинг города. М., 2011. 160 с.
2. Горлова И.И. Историко-культурное наследие Республики Адыгея как ресурс этнокультурного брендинга территории (концептуальные основы формирования зонтичного бренда) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2020. № 3. С. 234-244.
3. Жаде З.А. Брендинг Республики Адыгея на основе традиционных и инновационных технологий // Общество: политика, экономика, право. 2023. № 10. С. 20-25.
4. Жаде З.А. Политика идентичности в региональном измерении: кейс Республики Адыгея // Общество: политика, экономика, право. 2022. № 8. С. 13-18.
5. Куква Е.С. Брендинг северокавказских регионов: конструируя между прошлым и будущим // Политическая наука в меняющемся мире: новые практики и теоретический поиск. М.: РУДН, 2023. С. 308-309.
6. Назукина М.В. Опыт брендинга российских республик: вариативность институционализации этнокомпонента // Вестник Пермского университета. Политология. 2022. Том 16. № 1. С. 40-48.
7. Тишков В.А. Три карты. Теория и общие подходы к проблеме «культура и пространство» // Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест. Ростов-на-Дону, 2012. 312 с.
8. Шадже А.Ю. Бренд региона в гуманитарном познании: некоторые методологические особенности // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 9. С. 125-129.
9. Messely L., Dessein J., Lauwers L. H. Regional identity in rural development: three case studies of regional branding // APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce. – 2010. – Т. 4. – №. 1033-2016-84109. – С. 19-24.
10. MargarISOVÁ K., VOKÁČOVÁ L. Regional branding: building brand value // Acta universitatis agriculturae et silviculturae mendelianaе brunensis. – 2016. – Т. 64. – №. 6.

⁵ Новая Адыгея: туристический потенциал, инвестпроекты, инфраструктура. Аналитический доклад. URL: http://www.apecom.ru/projects/item.php?SECTION_ID=92&ELEMENT_ID=8935

Systematization of regional brands (based on the example of the Republic of Adygea)

Zuriet A. Zhade

Doctor of Political Science, Professor,
Head of the Department of Theory and History of State,
Constitutional Engineering and Law and Political Science,
Adygea State University,
385000, 208, Pervomayskaya str., Maykop, Russian Federation;
e-mail: zhadezura@yandex.ru

Abstract

The search for areas of competent management of the branding sphere of the Republic of Adygea occupies an important place in the Strategy for the socio-economic development of the region. The branding policy of regional authorities, along with other instruments of strategic development, is considered as the most important resource necessary for the sustainable development of the region. The author's systematization and classification of brands of the Republic of Adygea is presented. The range of everyday practices and technologies aimed at territory branding is analyzed. The main achievements in the field of branding are identified, helping to increase the attractiveness and recognition of the republic. Thinking about the future of Adygea, one should agree with the authors of the Analytical Report of the Agency for Political and Economic Communications, published in November 2023, that "Murat Kumpilov's team was able to effectively respond to the federal trends that have emerged in recent years." The socio-economic policy of the leadership of Adygea has repeatedly received a positive assessment from the federal authorities. For a hundred years, Adygea has gone through a difficult path. The current achievements of the republic are the merit of many generations. After all, its most important wealth is its talented, creative and hardworking people who honor their history and culture, respect the past and boldly look to the future. Today Adygea is a territory looking towards the future, where it is comfortable to live and work, a source of pride and confidence in the future.

For citation

Zhade Z.A. (2023) Sistematizatsiya brendov regiona (na primere Respubliki Adygeya) [Systematization of regional brands (based on the example of the Republic of Adygea)]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (11A), pp. 216-225. DOI: 10.34670/AR.2023.41.80.022

Keywords

Republic of Adygea, regional brand, regional branding, classification of regional brands, branding policy, achievements of the republic.

References

1. Gorlova I.I., Kovalenko T.V., Naumenko V.E. (2020) Istoriko-kul'turnoe nasledie Respubliki Adygeya kak resurs etnokul'turnogo brendirovaniya territorii (konseptual'nye osnovy formirovaniya zontichnogo brenda) [Historical and

- cultural heritage of the Republic of Adygea as a resource for ethnocultural branding of the territory (conceptual framework for the formation of an umbrella brand)]. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Regionovedenie: filosofiya, istoriya, sociologiya, yurisprudenciya, politologiya, kul'turologiya* [Bulletin of the Adygea State University. Series: Regional Studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political science, cultural studies], 3, pp. 234-244.
2. Kukva E.S. (2023) Branding severokavkazskikh regionov: konstruiruya mezhd u proshlym i budushchim [Branding of the North Caucasus regions: constructing between the past and the future]. In: *Politicheskaya nauka v menyayushchemsya mire: novye praktiki i teoreticheskii poisk* [Political science in a changing world: new practices and theoretical search]. Moscow: RUDN University.
 3. Nazukina M.V., Tarasova E.Yu. (2022) Opyt brendirovaniya rossijskikh respublik: variativnost' institutsionalizatsii etnokomponenta [Experience of branding of Russian republics: variability of institutionalization of ethnic component]. *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya* [Perm University Herald. Political Science], 16, 1, pp. 40-48.
 4. Shadzhe A.Yu. (2023) Brend regiona v gumanitarnom poznanii: nekotorye metodologicheskie osobennosti [Brand of the region in humanitarian knowledge: some methodological features] *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya* [Social and humanitarian knowledge], 9, pp. 125-129.
 5. Tishkov V.A. (2012) Tri karty. Teoriya i obshchie podhody k probleme «kul'tura i prostranstvo» [Three cards. Theory and general approaches to the problem of “culture and space”]. In: *Kul'tura i prostranstvo: istoriko-kul'turnye brendy i obrazy territorii, regionov i mest* [Culture and space: Historical and cultural brands and images of territories, regions and places].
 6. Vizgalov D.V. (2011) *Breeding goroda* [City branding]. Moscow.
 7. Zhade Z.A. (2022) Politika identichnosti v regional'nom izmerenii: keis Respubliki Adygeya [Identity politics in the regional dimension: The Republic of Adygea case]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* [Society: Politics, Economics, Law], 8, pp. 13-18.
 8. Zhade Z.A. (2023) Branding Respubliki Adygeya na osnove traditsionnykh i innovatsionnykh tekhnologii [Branding of the Republic of Adygea Based on Traditional and Innovative Technologies]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* [Society: politics, economics, law], 10, pp. 20-25.
 9. Messely, L., Dessein, J., & Lauwers, L. H. (2010). Regional identity in rural development: three case studies of regional branding. *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 4(1033-2016-84109), 19-24.
 10. Margarisová, K., & Vokáčová, L. (2016). Regional branding: building brand value. *Acta universitatis agriculturae et silviculturae mendelianae brunensis*, 64(6).