

УДК 332.146.2

ББК 65.050.22

Badlueva Mayya Pavlovna,
post-graduate student
of the department «Management, marketing and commerce»
of the FSBEI of HVE East Siberian State University
of Technology and Management,
Republic of Buryatia, Ulan-Ude,
e-mail: mbadlueva@gmail.com

Бадлуева Майя Павловна,
аспирант кафедры
«Менеджмент, маркетинг и коммерция»
ФГБОУ ВПО «Восточно-Сибирский государственный
университет технологий и управления»,
Республика Бурятия, г. Улан-Удэ,
e-mail: mbadlueva@gmail.com

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

TRANSFORMATION OF SOCIAL AND CULTURAL ENVIRONMENT AS A FACTOR OF REGIONAL DEVELOPMENT

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (3. Региональная экономика)

08.00.05 – Economics and management of national economy (3. Regional economy)

Данная статья посвящена исследованию развития социально-культурной среды региона в контексте инновационного пути развития российской экономики. В развитых странах и некоторых регионах России одним из основных факторов регионального развития становятся так называемые креативные индустрии.

В статье представлены новые тенденции трансформации социально-культурной среды в условиях глобализации и конкуренции территорий; изучены возможные направления развития социально-экономической системы Республики Бурятия в условиях существенных ограничений ведения хозяйственной деятельности; предложено определение понятия «креативно-ориентированный регион».

This article examines the research of the socio-cultural environment of the region in the context of the transition of the Russian economy on an innovative path of development. In developed countries, and some regions of Russia, one of the main factors of regional development is the so-called creative industries.

The article presents the new trends in transformation of the socio-cultural environment in the context of globalization and competition of the areas; the possible directions of development of the socio-economic system of the Republic of Buryatia in the conditions of significant restrictions of business are analyzed; definition of the «creative-oriented region» is proposed.

Ключевые слова: социально-культурная среда, креативная экономика, креативные индустрии, креативно-ориентированный регион, Республика Бурятия, развитие социально-экономической системы региона.

Key words: socio-cultural environment, creative economy; creative industries; creative-oriented region, Republic of Buryatia, development of the socio-economic system of the region.

Россия и ее регионы, вступив в третье тысячелетие, столкнулась с глобальной экономической проблемой построения конкурентоспособной экономики. Специфика современного этапа развития заключается в дифференциации социально-экономических систем. Изменилась концепция управления социально-экономическим развитием регионов, которая направлена в настоящее время на поиск и реализацию конкурентных преимуществ региона.

Каждая территориальная единица стремится создать и вывести на рынок наиболее привлекательный продукт в виде внутренних условий для проживания, ведения бизнеса или отдыха, а потребители (население, инвесторы, туристы) выбирают ту территорию, которая максимально удовлетворяет их потребности. В регионах, ослабленных нехваткой ресурсов, сокращается совокупный спрос, разрушаются хозяйственные связи, наблюдается миграция населения [1].

В стратегии развития России «Новая модель роста – новая социальная политика 2030» основной целью развития является постиндустриальное общество, а именно переход к инновационной стадии экономического развития и создание соответствующей ей инфраструктуры. Будущей основой общества предполагаются сервисные отрасли, ориентированные на развитие человеческого капитала: «экономика впечатлений», медиа, дизайн, образование, медицина, информационные технологии и другие.

Теперь в основе экономических, политических и общественных преобразований лежит положение о необходимости анализа не только вещественных рынков, осязаемых активов, но и рынков неосязаемых, нематериальных активов, куда входят креативные индустрии, основанные на научно-техническом прогрессе, инновациях на всех этапах создания и продвижения товара, а также на специфических знаниях и креативных способностях человека.

Сегодня территория понимается не только как пространственная, природно-ресурсная, экономическая, инфраструктурная категория, а как социальное пространство, имеющее историко-культурную и экологическую составляющую, что формирует качество проживания и уровень жизни. Для повышения темпов и показателей социально-экономического развития региона особо важную роль приобретает способность находить нестандартные пути развития территории, разрабатывать более адаптивные и эффективные механизмы, обеспечивающие рост благосостояния населения и конкурентоспособности территории.

Одним из таких механизмов, по мнению некоторых западных экономистов, является «креативная экономика». Теория «креативной экономики» имеет два направления: первый рассматривает творческую деятельность субъектов, лежащую в основе социально-экономических трансформаций. К ученым, работающим в этой области, следует отнести Б. Гейтса, Р. Флориду, К. Нордстрема. Среди российских экономистов

выделяются труды В. Л. Иноземцева, О. Н. Мельникова, Н. А. Горелова, В. В. Громыко. В центре изучения второго направления находятся секторы экономики, производящие культурные блага с высокой добавленной стоимостью. Их называют креативные индустрии. В этой сфере работают следующие исследователи: Дж. Хокинс, Ч. Лэндри, – а также отечественные ученые: Н. Гладких, М. Б. Гнедовский, Е. В. Зеленцова, Т.В. Мещеряков, Е. Х. Мельвилль, М. В. Матецкая.

Целью исследования является изучение трансформации социально-культурной среды как фактора регионального развития. В процессе реализации цели были поставлены и решены следующие **задачи**: провести анализ сущности и тенденций регионального развития в мировой экономике; определить роль и значение социально-культурной среды в развитии социально-экономической системы региона; дать оценку состояния социально-экономического развития Республики Бурятия.

Методологической основой исследования послужили общенаучные принципы познания экономических явлений и процессов, такие как: диалектический метод, метод системного анализа, методы сравнительного и структурного анализа, ретроспективный метод и другие.

Информационно-эмпирическую основу научного исследования обеспечили данные зарубежной аналитики Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), а также материалы федеральных и региональных органов государственной статистики.

В 2008 году Международным агентством по торговле и развитию (ЮНКТАД) ООН была начата системная работа по анализу потенциала креативных индустрий и креативной экономике во всем мире. Документом, на международном уровне признавшим ключевую роль творческой экономики в современном развитии, стал доклад 2008 года ООН «Креативная экономика. Задачи оценки ресурсов творческой экономики для формирования продуманной политики» [2]. Доклад был подготовлен рабочей группой Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) и Программой ООН по развитию (UNDP). В 2010 году вышел второй доклад о возможных вариантах развития креативной экономики. Основными тезисами докладов стали следующие: «В современном мире формируется новая парадигма, связывающая экономику и культуру, включающая экономические, культурные, технологические и социальные аспекты развития, как на макро-, так и на микроуровнях. Центральное место в этой парадигме занимает тот факт, что креативность, знания и доступ к информации становятся мощными двигателями экономического роста и катализаторами развития. Под креативными индустриями сегодня понимают совокупный цикл создания, производства и распространения товаров и услуг, основанных на креативности и интеллектуальном капитале».

Несмотря на кризисные процессы прошлого десятилетия, рынок креативных (творческих) товаров и услуг переживал невероятную активность. При сокращении мировой торговли мировой экспорт ежегодно увеличивался примерно на 14 %, а за период с 2002 по 2008 год увеличился с 205 до 592 млрд долл. Происходил рост как экспорта креативных благ (11,5 % в год), так и еще более высокими темпами экспорта услуг (17 % в год) [3]. Эксперты ООН, составлявшие отчеты по креативной экономике 2008 и 2010 годов утверждали, что позитивный тренд сохранится и в дальнейшем. Тому подтверждение отчет 2013 года.

Цифры, опубликованные ЮНКТАД в 2013 году, говорят об усилении развития: в 2011 году мировая торговля

креативными товарами и услугами более чем в 2 раза превзошла подобный показатель 2002 года. За весь период рост составил 8,8 % в год, а в развивающихся странах этот показатель выше – 12,1 % в год [4].

Культурные и креативные индустрии представляют собой один из самых быстрорастущих секторов мировой экономики, при этом темпы роста составили:

- на Ближнем Востоке – 17,6 %;
- в Африке – 13,9 %;
- в Южной Америке – 11,9 %;
- в Азии – 9,7 %;
- в Океании – 6,9 %;
- в Северной и Центральной Америке – 4,3 %.

В зарубежной прессе понятие «креативная экономика» впервые было введено в оборот журналом BusinessWeek в августе 2002 года в статье «The 21st century corporation: The Creative Economy». В ней автор говорит о том, что главной интеллектуальной собственностью становится «содержимое головы человека». Конференция ООН по торговле и развитию дает следующее определение: креативная экономика – это развивающееся понятие, основой такой экономики становятся креативные активы, за счет которых происходят экономический рост и развитие.

В 2007 году вышла в свет книга Дж.Хокинса [5], члена консультационного совета ООН по креативной экономике, посвященная становлению и развитию креативного сектора в новой экономике, основанной на интеллектуальных ресурсах. Исследованиями креативной экономики как социально-экономического явления посвящена монография «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» американского профессора Р. Флориды и «Креативный город» создателя эксперта Всемирного банка Чарльза Лэндри. На основе теорий основателей этого направления возможно описать креативную экономику как систему, состоящую из трех элементов: креативного города, креативного класса и креативных индустрий.

Так, в основе социально-экономических трансформаций лежит творческая интеллектуальная деятельность субъектов (трудоустрой). Р. Флорида в отличие от Д. Хокинса определяет креативную экономику на основе профессий.

Трудовой подход Р. Флориды основан на определении креативного класса, состоящего из двух подклассов: супер-креативного ядра и креативных профессионалов [6]. Ядро – это ученые, инженеры, университетские профессора, поэты, писатели, художники, актеры, дизайнеры, архитекторы, эксперты аналитических центров, редакторы, обозреватели и другие люди, чьи взгляды формируют общественное мнение. А креативные профессионалы – люди, которые участвуют в творческом решении проблем. По мнению Р. Флориды, притягательность городской среды для креативного класса является основой для развития и процветания города. Креативный класс, по формуле Р. Флориды, выбирает места концентрации трех «т»: технологий, талантов и толерантности.

Одной из ключевых характеристик места должно быть его разнообразие, что подразумевает наличие в городе представителей любых культурных, политических, религиозных взглядов, любых рас и национальностей. Подобная атмосфера воспринимается креативным классом как индикатор открытости среды новым идеям и возможностям.

Наряду с открытостью территория должна обладать некими уникальными характеристиками, использовать местный культурный ресурс.

На этой основе Чарлз Лэндри разработал модель «креативного города», основанную на использовании нетрадиционных ресурсов, которые, с одной стороны, усиливают своеобразие городов, с другой – гарантируют их конкурентоспособность [7]. Города и регионы конкурируют, во-первых, за экономические ресурсы – бизнес и инвестиции, а во-вторых, за людей – не только туристов, но и местных жителей.

Ярким примером того, как власти ставят во главу угла развитие городов через творчество, может служить Манчестер, позиционирующий себя как «творческий» город. «Культурные стратегии Манчестера организованы вокруг пяти тем: культурный капитал; культура и обучение; культура для всех; культурная экономика; маркетинг культуры» [7]. В секторе творческих индустрий Манчестера занято более 20 тыс. человек.

Ч. Лэндри выделяет следующие важные принципы программы «креативных территорий»:

- стимулирование креативного потенциала населения;
- солидаризация жителей, развитие чувства их принадлежности к территории;
- предоставление открытого и свободного доступа к культуре, вовлечение в культурную жизнь;
- поддержание разнообразия культуры, удовлетворение культурных потребностей всех групп и сообществ (по этнической и религиозной принадлежности, по возрасту и социальному статусу);
- сохранение уникальных культурных ресурсов территории;
- развитие связи и механизмов взаимодействия между культурными агентами, с одной стороны, и бизнесом, а также социально-культурными организациями, с другой;
- стимулирование инноваций;
- привлечение внешних ресурсов (через инвестиции и туризм);
- развитие конкурентоспособности территории на мировом рынке.

Возникает необходимость определения понятия «креативно-ориентированный регион».

По Ч. Лэндри, «креативный город» – это технология создания стратегии развития локального сообщества и ее реализации, которая преемственно основывается на индивидуальном культурно-историческом прошлом сообщества и развивает социально-экономические возможности, заложенные в данном конкретном сообществе.

Что же относится к креативным активам, о которых мы уже неоднократно упоминали? Как представляется, прежде всего это интеллектуальные «человеческие» ресурсы, инновационная инфраструктура (инновационно-технологические центры, технопарки и комплексы, кластеры, бизнес-инкубаторы), востребованные и развитые культурно-исторические ресурсы, известность и имидж.

Таким образом, «креативно-ориентированный регион» представляет собой территорию, обладающую определенным набором креативных активов и ресурсов, соответствующей инфраструктурой и системой управления.

Креативный потенциал региональной социально-экономической системы представляет собой способность социально-экономической системы к развитию отраслей креативной экономики на основе генерации и анализа идей, вариантов для повышения эффективности и конкурентоспособности региональной экономики в будущем, то есть это совокупность условий, сложившихся в регионе и благоприятствующих развитию креативных индустрий.

В качестве элементов креативного потенциала региона автором предлагается рассматривать:

- 1) социальный потенциал (культура, искусство, образование, уровень жизни);
- 2) интеллектуальный потенциал (численность и структура магистрантов, аспирантов, кандидатов и докторов наук);
- 3) инфраструктурный потенциал (инфраструктура образования, науки и научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее – НИОКР), учреждения культуры и туризма);
- 4) международный потенциал (имидж, экономические, культурные, образовательные, научные и другие связи);
- 5) инновационный потенциал (НИОКР, их финансирование, инновации, изобретательская активность населения, защита объектов интеллектуальной собственности);
- 6) потенциал конкурентоспособности (отраслевая структура конкурентоспособности, связи с рынками).

Следует отметить, что креативные индустрии являются взаимно-поддерживающими и усиливающими друг друга с туризмом. Туристический сектор также принадлежит к одному из самых быстрорастущих. Общий мировой показатель в данном секторе за 10 лет (1998–2008 годы) увеличился на 7 %, темп роста для наименее развитых стран составил 12 %. Особенно следует выделить культурный туризм, опирающийся на материальный и нематериальный культурный капитал, – он составил 40 % доходов мирового туризма.

По данным Росстата, в 2014 году объем платных туристических услуг по Сибирскому федеральному округу составил 18 844,4 млн руб., из них доход Республики Бурятия – 894,3 млн руб. Байкальский регион, частью которого является Республика Бурятия, входит в пять наиболее привлекательных для иностранных туристов дестинаций страны. В структуре въездного туризма Бурятии преобладают страны Азиатско-Тихоокеанского региона – 64,8 % (Монголия, Китай, Южная Корея, Япония и др.), страны Европы составляют 10,2 % (Германия, Франция, Великобритания, Италия), США – 3,1 %.

На сегодняшний день Бурятия является промышленно-аграрной республикой. Социально-экономическое развитие Республики Бурятия характеризуется как стабильное с тенденцией относительного роста по основным макроэкономическим показателям. Среди регионов РФ по величине валового регионального продукта на душу населения в 2013 году Бурятия занимала 60-е место, что ниже среднего российского уровня в 1,8 раза.

Масштабное промышленное производство и агропромышленный комплекс перестают быть основой социально-экономического роста республики. «Байкальский фактор», законодательно установленный особый режим природопользования в бассейне озера Байкал, жестко регламентирует все виды деятельности. Удельный вес экологических затрат в себестоимости продукции в республике на порядок выше среднеотраслевых общероссийских показателей. Платежи за пользование водными ресурсами превышают единый тариф по водохозяйственным системам страны в 4,3 раза по поверхностным источникам, а по подземным источникам – 2,7 раза.

Таким образом, существующие проблемы и ограничения социально-экономического развития Республики Бурятия обусловлены рядом факторов: моноструктурой промышленности с гипертрофированной ролью предприятий военно-промышленного комплекса, сырьевой специализацией экономики, периферийным положением и отсутствием тесных связей с внутренним рынком; особыми условиями природопользования, износом действующих основных фондов.

В таких условиях основой регионального развития Бурятии может стать креативный потенциал региона, включающий всю социально-культурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Бурятия является центром буддизма в России, а также высокотолерантным регионом с полиэтническим и многоконфессиональным составом населения.

Крупнейшим центром притяжения туристов является озеро Байкал, признанный ЮНЕСКО в 1996 году участком Всемирного природного наследия, где находятся основные запасы пресной воды России. Большой интерес вызывает уникальная культура забайкальских старообрядцев Бурятии, включенная ЮНЕСКО в 2002 году в список 19 нематериальных мировых шедевров. Что касается инфраструктуры, в рамках сохранения культурного наследия на территории Республики Бурятия функционируют 3 государственных и 14 муниципальных музеев, 12 ведомственных, 120 школьных и общественных музеев. В государственных и муниципальных музеях сосредоточены более 300 тыс. единиц хранения музейных фондов. За 2011 год музеями республики проведено 347 выставок, 580 лекций и более 3000 экскурсий, которые посетили 435,4 тыс. человек.

В республике функционируют 7 театрально-концертных учреждений, из них 5 государственных театров, государственная концертная организация и государственный цирк. Ежегодно в театрально-зрелищных учреждениях осуществляется подготовка более 30 новых постановок, общее количество проведенных мероприятий составляет свыше 1500 в год, число зрителей в течение года составляет более 300 тыс. человек.

Однако при потенциальной рекреационной емкости территории республики, оцениваемой в 2,5 млн человеко-дней и экономическом потенциале – 2,5 млрд рублей в год, доходы от туристской деятельности в 2014 году не дотянули даже до половины заявленной суммы – 894 млн рублей. Так, по данным регионального наблюдения, за 2014 год продолжительность пребывания 68 % иностранных туристов в республике незначительна и составила от одного до трех дней. Помимо гостиничного размещения, питания и трансфера, турист готов оплачивать впечатления, получаемые от экскурсионно-событийной программы. Однако в общих затратах за 2014 год экскурсионное обслуживание и услуги культурно-просветительского и культурно-развлекательного характера в сумме составили всего 9 %, что говорит о низкой привлекательности туристского продукта республики.

Анализ индустрии культурного туризма региона показал наличие ряда взаимосвязанных проблем [8], в частности: отсутствие научно обоснованных разработок по развитию культурного туризма; отсутствие четкого имиджа региона как дестинации культурного туризма; слабая координация взаимодействия государственных органов управления туризмом и культурой с представителями малого предпринимательства; неполноценное сотрудничество туристических фирм с краеведческими организациями, фольклорными коллективами, местными мастерами; неразвитость и отсутствие туристской инфраструктуры в зонах, потенциальных для развития культурного туризма и, как следствие, ограниченный набор объектов туристского показа. Институционально креативные индустрии существуют в виде малых предприятий, сообществ, субъектов малого и среднего предпринимательства, производящих творческие товары и услуги. Основными проблемами

развития малого предпринимательства, снижающими его вклад в развитие социально-экономической системы региона, являются: неразвитость специальных механизмов для стимулирования субъектов малого и среднего бизнеса, налоговое давление и узость финансовой базы [9].

Благоприятным контекстом для структуризации креативных индустрий являются культурно-политические и экономические условия, создаваемые регионом, заинтересованность коммерческих структур, наличие определенного количества носителей креативных идей, а также площадок для творчества и взаимодействия.

В настоящей работе важным фактором развития креативных индустрий и культурного туризма в регионе предполагается создание Информационно-координационного центра поддержки креативных индустрий, основной задачей которого будет формирование благоприятной коммуникационной среды креативных индустрий Бурятии и их продвижение в России и за рубежом. Именно устойчивые позиции малого бизнеса способствуют социальной стабильности и уверенности людей в завтрашнем дне [10].

Основные функции Информационно-координационного центра поддержки креативных индустрий заключаются в следующем:

1. Продвижение и информационно-коммуникационное сопровождение:

- создание коммуникационной и презентационной площадки для креативных индустрий, учреждений культуры, инвесторов, государственных структур предполагается в виде открытого форума или ярмарки креативных индустрий;

- проведение комплекса презентационных мероприятий и PR-мероприятий (выставки, презентации, пресс-конференции, продвижение в социальных медиа, направленных на формирование благоприятного имиджа региона как в РФ так и за рубежом);

- развитие профессионального и бизнес-образования для субъектов творческих индустрий (создание инкубатора креативных идей, проведение семинаров, творческих мастерских и мастер-классов).

2. Формирование благоприятной коммуникационной среды:

- создание единой информационной платформы, обеспечивающей открытый доступ к информации по мерам поддержки и коммуникации внутри креативного сообщества, диалог с властями и инвесторами.

3. Грантовая поддержка и механизмы государственно-частного партнерства.

4. Формирование системы мониторинга и оценки развития творческих индустрий:

- разработка и внедрение количественных и качественных показателей деятельности креативных индустрий;

- подготовка ежегодного аналитического доклада о состоянии и достижениях креативных индустрий в Бурятии.

В целом, реализация информационно-координационного центра поддержки креативных индустрий региона позволит существенно повысить креативную активность и привлекательность региона. Для Республики Бурятия, как региона с высоким креативным потенциалом, эта тема является особенно актуальной, поскольку развитие креативных индустрий может стать весомой точкой роста экономики региона.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аvezов А. Х. Методологические аспекты устойчивости региональной экономики // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 3 (28). С. 23–26.
2. Доклад ООН «Креативная экономика. Задачи оценки ресурсов творческой экономики для формирования продуманной политики» [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций. Нью-Йорк, 2008. URL: http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf (дата обращения: 16.04.2014).

3. Доклад ООН «Креативная экономика. Возможные варианты развития» [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций. Нью-Йорк, 2010. URL: http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf (дата обращения: 16.04.2014).
4. Доклад ООН «Креативная экономика. Широкие пути развития» [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций. Нью-Йорк, 2013. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> (дата обращения: 16.04.2014).
5. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М. : Классика XXI, 2011. 256 с.
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М. : Классика XXI, 2005. 432 с.
7. Лэндри Ч. Креативный город. М. : Классика XXI, 2006. 392 с.
8. Бадлуева М. П. Креативный потенциал Республики Бурятия: картирование территории // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. Вып. 3. Экономика и менеджмент. С. 28–40.
9. Лобызенкова В. А., Коваленко Н. В. Государственная поддержка перспективы регионального развития малого бизнеса в посткризисных условиях // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). С. 95–99.
10. Утюшева Л. Д. Особенности участия малого бизнеса в развитии социально-экономической системы муниципального образования // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 2 (23). С. 101–104.

REFERENCES

1. Avezov A. N. Methodological aspects of the sustainability of the regional economy // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. No. 3 (28). P. 23–26.
2. Creative Economy. Report 2008 [Electronic resource]. N.-Y. UNCTAD, 2009. URL: http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf (date of viewing: 16.04.2014).
3. Creative Economy Report 2010. A Feasible Development Option [Electronic resource] / N.-Y.: United Nation / UNDP, 2010. URL: http://unctad.org/fr/Docs/ditctab20103_en.pdf (date of viewing: 16.04.2014).
4. United Nations Creative Economy Report 2013 Special Edition. «Widening local development pathways» [Electronic resource] / N.-Y. : United Nation. UBDP. 2013. URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> (date of viewing: 16.04.2014).
5. Hawkins J. Creative Economy: How People Make Money from Ideas. M. : Classic-XXI, 2011.
6. Florida R. The Rise of the Creative Class. M. : Classic XXI, 2005.
7. Charles Landry. Creative City. M. : Classic-XXI, 2006.
8. Badlueva M. The creative potential of the Republic of Buryatia: mapping the territory // Bulletin of the Buryat State University Issue 3. Economics and Management. Ulan-Ude, 2014. P. 28–40
9. Lobisenkova V. A., Kovalenko N. State support and prospects for regional small business development in post-crisis conditions // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. No. 4 (25). P. 95–99.
10. Utyшева L. D. Peculiarities of participation of small businesses in the development of socioeconomic system of the municipality // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. No. 2 (23). P. 101–104.

Как цитировать статью: Бадлуева М. П. Трансформация социально-культурной среды как фактор регионального развития // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2016. № 2 (35). С. 128–132.

For citation: Badlueva M. P. Transformation of social and cultural environment as a factor of regional development // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2016. № 2 (35). P. 128–132.

УДК 336.64

ББК 65.291.9-09

Dmitrieva Miroslava Aleksandrovna,
post-graduate student of the Finance University
under the Government of the Russian Federation,
Moscow,
e-mail: Mira-light@mail.ru

Дмитриева Мирослава Александровна,
аспирант Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации,
г. Москва,
e-mail: Mira-light@mail.ru

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ХЕДЖИРОВАНИЯ ПРОЦЕНТНЫХ И ВАЛЮТНЫХ РИСКОВ В КОМПАНИЯХ НЕФИНАНСОВОГО СЕКТОРА

DEVELOPMENT OF INTEREST RATE AND FOREIGN EXCHANGE RATE RISK HEDGING CONCEPT IN NON-FINANCIAL COMPANIES

08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит
08.00.10 – Finance, money circulation and credit

В связи с увеличением нестабильности валютных курсов и процентных ставок, компании нефинансового сектора вынуждены управлять валютными и процентными рисками, в том числе посредством хеджирования. Для повышения результативности хеджирования необходимо разрабо-

тать концепцию хеджирования, ключевыми разделами которой должны стать цели и задачи, применяемые подходы к идентификации и оценке рисков, к определению размера хеджируемой позиции и основных параметров хеджирования, используемые инструменты и способы оценки