
¹ Жребин В. М., Романов А.Н. Уровень жизни населения (основные категории, характеристики и методы оценки) /Монография; М.-2002.

² Домнина С.В., Савоскина Е.В. Анализ и оценка эффективности социально-экономического развития Самарского региона/ Домнина С.В., Савоскина Е.В.; Вестник Самарского государственного экономического университета. - 2018. - №5

³ Боровиков В.П. Популярное введение в современный анализ данных в системе STATISTICA. Учебное пособие для вузов. - М.: Горячая линия - Телеком, 2016.

INFLUENCE OF SOCIO-ECONOMIC INDICATORS ON THE LIVING STANDARDS OF POPULATION IN THE REGIONS OF RUSSIA

© 2019 Vladimirova Alena Alekseevna
Student

© 2019 Blinova Svetlana Vladimirovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: ya.alena-vladimirova@yandex.ru

Keywords: level of living, statistical indicators, statistics, correlation and regression analysis, emissions, multicollinearity, coefficient of determination, average per capita cash income, politics.

The article is devoted to the analysis of such a concept as the level of living, which is an important aspect for assessing the effectiveness of the social and economic politics of the state. In this work, an analysis was made of socio-economic indicators that affect the level of living using correlation and regression analysis.

УДК 657

Код РИНЦ 06.35.00

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: ФАКТОРЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА И СТАНДАРТЫ

© 2019 Гафурова Диана Артёмовна
студент

© 2019 Поташева Ольга Николаевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: dianagafurova1897@gmail.com, olgakuzmina0212@gmail.com

Ключевые слова: устойчивое развитие, нефинансовая отчетность, окружающая среда, стандарт, экологическая деятельность, социальная деятельность.

В статье исследованы теоретические аспекты возникновения и составления нефинансовой отчетности, охарактеризованы особенности отчетности об устойчивом развитии, раскрыты факторы, влияющие на качество представления информации.

Развитие науки и техники на нашей планете заставило человечество по-другому взглянуть на природу. Из-за человеческой природы природных ресурсов и ее законов развития, такие виды экономической деятельности, как эрозия почвы, потеря лесов, чрезмерный промысел, соленые дожди, загрязнение атмосферы, истощение озонового слоя и т. д.¹

Отчеты об устойчивом развитии, похоже, достигли "переломного момента". Отказ от раскрытия в отчетности информации об устойчивом развитии может оказать негативное влияние на производительность, репутацию, а также способность привлекать капитал.

Есть два ключевых аспекта устойчивости в бизнесе: отчетность и стратегия. Отчетность требует измерения различных элементов, которые имеют решающее значение для эффективного устойчивого бизнеса. Стратегия помогает строить отчеты об устойчивом развитии в качестве инструмента для понимания внутреннего и внешнего воздействия на бизнес, используя данные, чтобы помочь решить проблемы.

Отчетность об устойчивом развитии является первым шагом в реализации стратегии, которая может помочь организации понять влияние на заинтересованные стороны, и способы, которыми это могло бы смягчить негативные влияния на экономику, общество и окружающую среду.

Как только отчетность станет стандартизированной и легко сравнимой, показатели эффективности по устойчивости станут такими же важными для бизнеса, как и финансовые результаты.

Принципы устойчивого развития влияют на область бухгалтерского учета и финансовой отчетности, а также на принципы гармонизации и стандартизации в бухгалтерском учете. Помимо учета экономических аспектов, также необходимо адекватно учитывать влияние бизнеса на окружающую среду и общество.

До настоящего момента раскрытию информации о деятельности в области устойчивого развития уделяло внимание незначительное число компаний, которые преследовали цель снижения негативного влияния на окружающую среду. Ранее компании раскрывали информацию об устойчивом развитии на добровольной основе в своих годовых отчетах в качестве одной из своих стратегий управления восприятием общественности и поддержания своей организационной законности, а число компаний, представивших такой отчет, было небольшим.

Однако с течением времени распространение такого вида отчетности набирает обороты и все чаще представляется экономическими субъектами, и число компаний, раскрывающих информацию об устойчивом развитии в своих годовых отчетах, увеличивается. Как сообщает KPMG (2015), один из основных движущих факторов это государственное регулирование.² Многие страны ввели обязательное требование к компаниям раскрывать информацию о своей деятельности по корпоративной ответственности (примеры: Индия, Норвегия, Тайвань, Великобритания и Индонезия). Кроме того, есть и несколько других причин: компании, раскрывая информацию об экологической и социаль-

ной деятельности повышают свою эффективность, управляя своим воздействием на окружающую среду. Поэтому устойчивое развитие - один из важнейших вопросов взаимоотношений экономических субъектов с акционерами, персоналом и другими заинтересованными сторонами.

Представление информации о деятельности в области устойчивого развития становится одним из конкурентных преимуществ компании, так как дает возможность укрепить доверие инвесторов. Раскрытие данной информации учитывают и аналитики при оценке качества эффективности и управления, так как аспекты устойчивого развития позволяют определить корпоративные ценности экономического субъекта.

По словам консультанта и автора ряда публикаций Кристофера Мейера, мы живем в "век информационной открытости", в котором компании, не соблюдающие принципы социальной ответственности, окажутся "в наихудшем положении", когда "их заставят соблюдать указанные принципы, но при этом уже не будут считать ответственными".³

Нужно отметить ряд преимуществ, которыми обладает отчетность в области устойчивого развития. К ним относят следующие:

1) Отчетность о деятельности в области устойчивого развития позволяет укрепить деловую репутацию компании в силу повышения информационной открытости, которая является определяющим фактором доверия к бизнесу.

2) Раскрытие информации об устойчивом развитии повышает лояльность сотрудников, которые являются одними из основных пользователей отчетности.

3) Отчетность облегчает доступ к источникам капитала. Данное преимущество основано на том, что предприятиям, которые публикуют отчеты о деятельности в области устойчивого развития и ведут системную работу, удастся легче привлекать финансирование.

4) Составление и представление информации об экологической и социальной деятельности способствует улучшению эффективности принятия управленческих решений.

Представление отчета о деятельности в области устойчивого развития делает необходимой разработку системы сбора информации о воздействиях экономического субъекта, которые ранее не были подвержены оценке и измерению. Данная информация не только позволит повысить прозрачность отчетности, но и даст возможность компаниям принимать решения в отношении совершенствования операционной деятельности.

Кроме того, данный вид отчетности оказывает влияние на экологические и социальные риски, позволяя компаниям избежать их, что значительно влияет на финансовые результаты деятельности. Одновременно этот аспект затрагивает и фактор увеличения стоимости компании, повышению ее значимости и надежности.

Важным является ответ на вопрос: какие факторы дают мотивацию компаниям публиковать отчетность о деятельности в области устойчивого развития? Многие предприятия не готовят отчеты, несмотря на осуществление такой деятельности. Одной из главных причин раскрытия информации об экологической и социальной работе является информационная открытость для заинтересованных пользователей. Кроме того играют роль и другие внешние факторы:

- Учет представления информации о деятельности в области устойчивого развития рейтинговыми агентствами;

- Возможность управления рисками в области устойчивого развития;
- Необходимость в получении информации об экологических и социальных последствиях деятельности экономического субъекта;
- Стремление существующих и потенциальных сотрудников получить информацию о деятельности компании в области устойчивого развития и др.

Для обеспечения полного удовлетворения требований всех социальных и экологических заинтересованных сторон необходимо расширить существующую систему бухгалтерского учета и финансовую отчетность в отношении отчетности по некоторым пунктам, связанным с устойчивостью.

Бухгалтерский учет в области устойчивого развития характеризуется следующими принципами:

- включение не только экономических событий, расширение возможностей отчетности только за отчет о финансовом успехе;
- использование физических измерений (стоимостных, нефинансовых) с акцентом на нефинансовую информацию в отношении устойчивого развития, поскольку социальные и экологические аспекты имеют нефинансовую форму;
- ответственность перед более широкой группой заинтересованных сторон.

Предлагаемая концепция раскрытия информации об экологической и социальной деятельности создана с учетом следующих общих параметров:

а) Универсальность, простота и удобство использования на практике. Следует отметить, что представление информации напрямую зависит от индивидуальных решений предприятия, которое учитывает их значимость и обеспечивает их адекватное признание.

б) Сложность, измеримость и прозрачность. Полученная информация будет использоваться для дальнейшего применения во всем управлении бизнесом с возможностью интеграции в систему измерения и управления эффективностью предприятия.

с) Политика качества. Предоставленная информация должна быть значимой, сбалансированной, сопоставимой, надежной, понятной и регулярно представляемой.⁴

Таким образом, нефинансовая отчетность содержит важнейшую информацию об экологической и социальной деятельности экономических субъектов, раскрытие которой позволяет заинтересованным пользователям адекватно оценить не только негативное воздействие предприятий на окружающую среду и общество, но и проанализировать меры по уменьшению и предотвращению последствий осуществляемой деятельности.

¹ Бобомуратова З. С., Аскаров О. И. The environmental education for the sustainable development // Молодой ученый. - 2019. - №9. - С. 113-115.

² KPMG. Currents of change: The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting. - 2015. - С. 1-48. - Режим доступа: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/KPMGSurvey_of_CR%20Reporting_2015.pdf (дата обращения: 11.09.2019)

³ C. Meyer and J. Kirby. Leadership In the Age of Transparency // Harvard Business Review. - April 2010. - P. 38-46.

⁴ L. Valliřova, M. Āerna, J. Hinke. Implementation of sustainability aspects in the financial reporting system: An environmental accounting standard // Economic Annals-XXI. - 2018. - №9-10. - P.55-59.

NON-FINANCIAL REPORTING: FACTORS, ADVANTAGES AND STANDARDS

© 2019 Gafurova Diana Artemovna
Student

© 2019 Potasheva Olga Nikolaevna
PhD in Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics

E-mail: dianagafurova1897@gmail.com, olgakuzmina0212@gmail.com

Keywords: sustainable development, non-financial reporting, environment, standard, environmental activity, social activity.

The article examines the theoretical aspects of the emergence and preparation of non-financial reporting, describes the features of reporting on sustainable development, and reveals the factors affecting the quality of the presentation of information.

УДК 339.198
Код РИНЦ 06.00.00

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ СТРАТЕГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

© 2019 Готовцева Екатерина Анатольевна
магистр экономических наук, старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет
E-mail: fmmp_gotovceva@mail.ru

Ключевые слова: интернет-маркетинг, маркетинг, стратегии продвижения, методы, реклама, целевая группа, покупатель, процесс принятия решения, промышленное предприятие.

Статья посвящена применению современных стратегий продвижения в интернете, влиянию целевой группы на предприятия, описанию процесса принятия решения о покупке потребителей, а также цепочки поставок и логистики.

Для большей эффективности компания может использовать такие методы рекламного маркетинга как: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи, прямая почтовая рассылка (почта и электронная почта), интернет-маркетинг, социальные сети, спонсорство⁴. Фирмы должны внимательно рассмотреть информацию о том, что их стратегия продвижения будет донесена непосредственно до их целевой аудитории.

Для более эффективной работы промышленная компания должна использовать современные стратегии интернет-маркетинга³, основные из которых рассмотрены ниже.

Веб-дизайн. Веб-сайт является центром всех усилий цифрового маркетинга. Страница должна быть чистой, легкой для чтения и интересной. Независимо от типа бизнеса