

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт экономики и менеджмента

ЭКОНОМИКА ГЛАЗАМИ МОЛОДЫХ

**Материалы Международной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых**

Томск, 12–13 мая 2023 г.

Под общей редакцией
М.В. Чикова

Томск
Издательство Томского государственного университета
2023

УДК 330 (082)
ББК 65я434
Э40

Э 40 **Экономика глазами молодых** : материалы Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Томск, 12–13 мая 2023 г. / под общ. ред. М.В. Чикова. – Томск : Издательство Томского государственного университета, 2023. – 234 с.

ISBN 978-5-907722-19-4

В сборнике представлены материалы докладов студентов, молодых ученых (аспирантов и магистрантов), с которыми они выступали на традиционной Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, проводящийся в стенах Национального исследовательского Томского государственного университета уже более 100 лет. Данная конференция была посвящена 145-летию Томского государственного университета и 125-летию экономического образования в Томском государственном университете.

В докладах рассматриваются актуальные проблемы мировой экономики, экономики России, Сибири и Томской области, а также других регионов.

Для студентов, аспирантов, научных работников и преподавателей экономических дисциплин, а также всех, кто интересуется экономикой.

УДК 330 (082)
ББК 65я434

Составление, редактирование, подготовка сборника:
канд. экон. наук, *Чиков Михаил Владимирович*
соискатель ИЭМ ТГУ *Благовецкая Ольга Кесаревна*

ISBN 978-5-907722-19-4

© Томский государственный университет, 2023
© Авторы статей, 2023

Использование лестницы Бена Ханта для вовлечения целевой аудитории позволит компании ООО «Мастердент» более эффективно привлекать и удерживать клиентов, а также повысить уровень продаж. Кроме того, использование инструментов на каждой ступени лестницы поможет компании оптимизировать свою маркетинговую стратегию, чтобы эффективнее взаимодействовать с клиентами и повысить уровень их удовлетворенности. Компания может использовать аналитические инструменты, чтобы анализировать данные о клиентах и определить, на каких ступенях лестницы возникают наибольшие проблемы или узкие места. Это позволит компании оптимизировать свой процесс вовлечения целевой аудитории и улучшить его эффективность.

Кроме того, компания может использовать А/В тестирование, чтобы определить, какие инструменты и подходы на каждой ступени лестницы являются наиболее эффективными для ее целевой аудитории. Это позволит ей более точно определить свою маркетинговую стратегию и оптимизировать ее для достижения наилучших результатов [5].

Наконец, компания может создать систему обратной связи для получения мнения клиентов по каждой ступени лестницы Бена Ханта. Это позволит ей определить проблемы и узкие места в процессе вовлечения целевой аудитории и разработать стратегии для их решения. Кроме того, это поможет компании лучше понимать потребности и интересы своих клиентов и улучшить качество обслуживания.

В целом, использование лестницы Бена Ханта для вовлечения целевой аудитории является эффективным инструментом для компаний, которые хотят улучшить свою маркетинговую стратегию и повысить уровень продаж. Она помогает компаниям более точно определить процесс взаимодействия с клиентами и оптимизировать его, что может привести к увеличению прибыли и улучшению отношений с клиентами [6].

Список источников

1. Котлер Ф., Картаджая Х., Сетиаван И. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и духовности. М. : Олимп-Бизнес, 2018.
2. Соколова А.А. Эффективность использования лестницы Бена Ханта в маркетинговых коммуникациях // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2018. С. 121–129.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга : перевод с англ. СПб. : Питер, 2018.
4. Лебедев И.Н., Глушенко И. А. Вовлечение целевой аудитории в маркетинговые коммуникации: опыт применения лестницы Бена Ханта // Маркетинг в России и за рубежом. 2018. № 6. С. 50–59.
5. Карташова О.Н. Инструменты взаимодействия компаний и потребителей в цифровой среде // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2019. № 3. С. 118–127.
6. Бакланова О.В. Взаимодействие компании с целевой аудиторией в социальных сетях: особенности и проблемы // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2020. № 24 (2). С. 187–199.

Социальный контракт для предпринимателей

П. Ч. Бвалья, студент, Институт экономики и менеджмента,
Томский государственный университет

Научный руководитель: профессор, д-р экон. наук А.В. Ложникова
E-mail: preciouscheweb@gmail.com

26 июля 2019 г. изменения в Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» позиционировали отдельную область массива субъектов МСП (малого и среднего предпринимательства) и закрепили в российском законодательстве новые категории – «социальное предпринимательство», «социальное предприятие». Социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества как в России, так и за рубежом [1]. Важный аспект – разработка специальных видов прямой финансовой и косвенной (образовательной, консалтинговой) государственной поддержки. Социальное предприятие – это субъект малого и среднего предпринимательства, работающий в области социального предпринимательства. К преимуществам статуса «социального предприятия» относятся: – возможность претендовать на специальные меры государственной поддержки для социальных предприятий в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»; – возможность получения гранта до 500 тыс. руб.

С 2020 г. активизировалось применение в сфере поддержки индивидуальной предпринимательской деятельности так называемого социального контракта [2]. В далёком 2011 г. социальный контракт трактовался прежде всего, как договор между малоимущим гражданином и органом соцзащиты о предоставлении этому человеку или его семье государственной помощи в виде денежных выплат (ежемесячное пособие или единовременное); социальных услуг; необходимых товаров (топливо, продукты, одежда, обувь, лекарства и т.д.). Срок действия контракта составлял от трех до шести месяцев, но с учетом результатов контракт мог быть продлен. Рамки социального контракта одновременно учитывали потребности гражданина в социальной интеграции и его способность устроиться на работу или приобрести квалификацию, необходимую для ее получения. Социальная помощь на период действия договора возможна только с согласия службы социальной помощи. заключение договора возможно только с согласия заявителя и всех совершеннолетних членов семьи [3].

Право на получение государственной социальной помощи на основании социального контракта имеют граждане Российской Федерации, постоянно проживающие на территории Томской области, из числа: малоимущих семей, в том числе семей с детьми; малоимущих одиноко проживающих граждан. Условием заключения социального контракта является наличие у малоимущей семьи (одиноко проживающего гражданина) по независящим от них причинам среднедушевого дохода ниже величины прожиточного минимума, установленной в Томской области на душу населения. Целью заключения социального контракта является обеспечение гражданином устойчивого роста доходов семьи путем активно предпринимаемых действий [4].

Направления федеральной государственной поддержки в форме субсидии посредством заключения социального контракта в РФ представлены в таблице.

Направления заключения социального контракта с гражданами РФ [4]

Направление	Размер выплаты	Требование к конечному результату
Поиск работы	Денежная выплата в размере 1 ВПМ* (2023 г. – 15 768 руб.) один месяц со дня заключения социального контракта + 3 месяца с даты подтверждения факта трудоустройства	Заключение трудового договора; повышение доходов
Осуществление индивидуальной предпринимательской деятельности	Единовременная денежная выплата до 350 000 руб.	Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя или само занятого; повышение доходов
Ведение личного подсобного хозяйства малоимущими многодетными семьями	Единовременная денежная выплата в размере фактической потребности, но не более 35 000 руб.	Повышение доходов
Ведение личного подсобного хозяйства	Единовременная денежная выплата до 200 000 руб.	Регистрация в качестве само занятого; повышение доходов
Иные мероприятия, направленные на преодоление трудной жизненной ситуации, предусмотренные в программе социальной адаптации	ежемесячная денежная выплата в размере до 1 ВПМ (2023 год – 15 768 руб.)	Преодоление трудной жизненной ситуации; повышение доходов

Для заключения социального контракта необходимы следующие документы:

- заявление;
- анкета о семейном и материально-бытовом положении – лист собеседования;
- копии документов, удостоверяющих личность каждого члена семьи заявителя;
- документ, содержащий сведения о доходах членов семьи заявителя за три мес., предшествующих месяцу обращения за назначением государственной социальной помощи;
- копии трудовых книжек для подтверждения трудовой деятельности по последнему месту работы – для неработающих граждан при её наличии;
- документы, подтверждающие произведенные (планируемые) расходы (квитанции, кассовые и товарные чеки, счета, расписки, справки о стоимости товаров, услуг);
- бизнес-план (если социальный контракт на осуществление индивидуальной предпринимательской деятельности); и т.д.

Ниже представим сроки оказания государственной помощи:

1. На поиск работы – в первый месяц действия социального контракта и три месяца после официального трудоустройства.

2. На период действия социального контракта – от трех до шести месяцев на преодоление трудной жизненной ситуации.

3. Для ведения личного подсобного хозяйства и осуществления индивидуальной предпринимательской деятельности – одновременно.

Средства субсидии по социальным контрактам предоставляются при выполнении следующих условий:

а) встать на учет в налоговом органе по субъекту Российской Федерации в качестве индивидуального предпринимателя или налогоплательщика налога на профессиональный доход;

б) представить в орган социальной защиты населения документы, подтверждающие факт расходования средств, с целью постановки на учет в качестве индивидуального предпринимателя или налогоплательщика налога на профессиональный доход;

в) приобрести в период действия социального контракта основные средства, материально-производственные запасы, принять имущественные обязательства, например, заключить договор аренды помещения (не более 15% назначаемой выплаты), необходимые для осуществления индивидуальной предпринимательской деятельности, и представить в орган социальной защиты населения подтверждающие документы [4].

Как известно, наряду с социальными предприятиями в области решения социальных проблем граждан и общества работают некоммерческие организации России. Так, с 1 января 2022 г. вступило в силу постановление Правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. № 1290 «О реестре социально ориентированных некоммерческих организаций» в соответствии с которым формируется реестр социально ориентированных некоммерческих организаций. К примеру, в Томской области в названный реестр вошло 338 организаций, осуществляющих свою деятельность в тех же секторах, что и социальные предприятия: образование (профессиональное

образовательное учреждение «Спортивно-технический клуб» г. Асино и Асиновского района регионального отделения общероссийской общественно-государственной организации «Добровольное общество содействия армии, авиации и флоту России Томской области»), деятельность в области спорта, отдыха и развлечений (АНО «Центр иппотерапии и адаптивной верховой езды “Живое тепло”»), деятельность по организации конференций и выставок (АНО «Центр развития самодетельной культуры и искусства “Арт-Планета”»), ветеринарная деятельность (благотворительный фонд помощи бездомным животным «Тотошка») [5].

Таким образом, благодаря социальному контракту самозанятые в дополнение к индивидуальным предпринимателям и коммерческим/некоммерческим юридическим лицам вовлекаются в сферу решения социальных проблем. Данный тренд можно оценить, как положительный импульс для развития социального предпринимательства в России.

Список источников

1. Фомина Ю.А., Катунина И.В. Мотивы социального предпринимательства в сфере образования и просвещения Европейского союза // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2021. №54. С. 255–272. doi: 10.17223/19988648/54/15
2. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2394 «О внесении изменений в приложение № 86 к государственной программе РФ “Социальная поддержка граждан”». URL: <https://dszn.tomsk.gov.ru/documents/front/view/id/64523>
3. Малофеев И.В. Социальный контракт как форма социальной поддержки населения // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева (Вестник КГПУ). 2011. Т. 2, № 3. С. 26–29.
4. Государственная социальная помощь на основании социального контракта // Официальный сайт Томской области. URL: <https://dszn.tomsk.gov.ru/sotsialnyj-kontrakt>
5. Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. № 1290. URL: <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko/region/134>

Тенденции развития ESG-повестки на примере энергетических компаний Китая

Ван Ида, студент, 4-й курс, Институт экономики и менеджмента,
Томский государственный университет

Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Н.А. Тюленева
E-mail: ida72499@gmail.com

В последние годы на международном уровне все больше внимания уделяется концепции устойчивого развития. ESG-повестка имеет доминирующее значение в устойчивом развитии бизнеса. Основная цель ESG на корпоративном уровне – создать более тесную связь между компанией, природой и обществом через стратегию устойчивого развития руководства.

Китай имеет свои особенности реализации концепции устойчивого развития. Путь корпоративной устойчивости в Китае пролегает от концепции социальной ответственности (КСО) до концепции устойчивого развития (КУР), имеющий «20-летний период перелома перед быстрым расширением» [1, с. 15]. В ходе этого процесса государство издало множество законов, добавив систему раскрытия информации ESG в Закон о компаниях, Закон об охране окружающей среды, Меры по управлению фондом Механизма чистого развития Китая и т.д. Процесс устойчивого развития стимулируется политикой китайских компаний. Фактически, молодое поколение китайских потребителей готово принять устойчивое потребление и даже платить более высокую премию за защиту окружающей среды. В качестве примера можно привести популярность растительных продуктов, таких как овсяное молоко, в Китае за последние год-два. А согласно отчету «Устойчивое потребление китайской молодежи в рамках цели двойной углерод», проведенному компанией EoIQ, 39,3% молодых потребителей хотят вести здоровый образ жизни и потреблять экологически чистые продукты питания. По данным исследования PwC «Глобальные потребительские исследования 2022», потребители начинают ценить потребление, которое «лучше для окружающей среды и общества в целом». Совершенно очевидно, что рынок даст полный ответ на вопрос, чем обернется текущая ESG-трансформация компаний не только с точки зрения национальных норм, которые должны быть выполнены, но и с точки зрения удовлетворения спроса многочисленных потребителей.

Рассмотрим, каким образом ESG-повестка реализуется на примере энергетических компаний Китая и каковы основные тенденции этого развития. Во время перехода к корпоративной устойчивости энергетические компании получили высокий уровень внимания как с точки зрения их собственного уровня финансирования устойчивого развития, так и с точки зрения рейтингов ESG и ESG-раскрытия информации.

В настоящее время компании используют различные рейтинговые агентства и сторонние агентства имеют различные основные отправные точки при проведении рейтингов. Некоторые агентства проводят композитную оценку, некоторые агентства проводят оценку рисков.

Нами был использован качественный подход для оценки риска ESG компании «Хуанэн Международная компания ООО» (Huaneng) по данным ее отчета об устойчивом развитии за 2021 г., включающего экономические,