

Министерство образования и науки Российской Федерации
Вологодский государственный университет
Правительство Вологодской области
Северо-Западный институт (филиал) университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА)
Вологодский институт права и экономики ФСИН России

Молодые исследователи – регионам

**Материалы Международной научной конференции
(Вологда, 18–19 апреля 2017 г.)**

Том II

Вологда
2017

УДК 001
ББК 72
М 75

Утверждено редакционно-издательским советом ВоГУ

Ответственный редактор
кандидат технических наук, доцент,
проректор по научной работе и инновационному развитию
А.А. Сеницын

М 75 **Молодые исследователи – регионам:** материалы Международной научной конференции (Вологда, 18–19 апреля 2017 г.): в 4 т. / М-во образ. и науки РФ, Вологод. гос. ун-т ; [отв. ред. А.А. Сеницын]. – Вологда : ВоГУ, 2017. – Т. 2. – 393 с. : ил.

ISBN 978-5-87851-747-8 (т. 2)
ISBN 978-5-87851-745-4

В сборнике приведены тезисы докладов по проблемам экономики и менеджмента, представленных на конференции «Молодые исследователи – регионам». Содержание материалов сборника отражает результаты научно-исследовательской работы студентов, аспирантов и молодых ученых Вологодской области и других регионов Российской Федерации, а также Республики Беларусь, Казахстана, Узбекистана, Украины, Таджикистана, Финляндии, Германии, США.

УДК 001
ББК 72

ISBN 978-5-87851-747-8 (т. 2)
ISBN 978-5-87851-745-4

© ФГБОУ ВО «Вологодский
государственный университет», 2017

Грамович В.И. Проблемные вопросы института банкротства в Республике Беларусь	266
Григорьев Н.А. Современные тенденции развития персонала.....	268
Дробышевская Д.А. Бюджетное финансирование учреждений социального обслуживания населения в Беларуси	271
Игнатъевская Ю.А., Скорородова В.Ю. Построение кривой Лоренца и расчёт децильного коэффициента по Северо-Западному округу.....	273
Каменская Ю.В. Проблемы независимости в этике аудитора	275
Каракальчу М.Ф. Формирование профессиональной этики государственных служащих	276
Кудряков Е.А. Проблемы бюджетных образовательных организаций и пути их решения.....	278
Miginov R. Conceptual Approaches to the Definition of "Institution" in Economic Theory.....	280
Мотрий А.И. Анализ подходов к определению финансового результата: исторический аспект.....	282
Наумова О.П. Развитие социальной инфраструктуры	284
Никулина А.А. Формирование и развитие профессиональных компетенций государственных служащих	285
Онишко Т.А. Понятие и модели кластерной политики.....	288
Островская В.Д. Экономическая безопасность: методика оценки защищенности от корпоративного мошенничества.....	290
Петухов А.А., Упадышев В.С. Сравнительная характеристика долгосрочного инвестирования в иностранную валюту	292
Саханевич Д.Ю. Совершенствование ценообразования в строительстве.....	294
Соловьянова В.А. Особенности внутрифирменного и стратегического планирования торговой отрасли	296
Строгалева Е.С. Построение кривой Лоренца для работников высшего образования в России	298
Сяо Лися Механизм взимания налога на доходы и прибыль корпораций.....	300
Тимошина И.А. Агропромышленный комплекс России. Проблемы и перспективы	302
Томилов Р.О. Возможности использования XBRL при формировании интегрированной отчетности.....	304
Шах А.В. Имитационное моделирование покупательского спроса.....	306
Ядрихинский А.С. Повышение конкурентоспособности автономного учреждения культуры Вологодской области «Культурно-просветительский центр «Дом Деда Мороза».....	308

ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО СПРОСА

А.В. Шах

Барановичский государственный университет
г. Барановичи

Покупательский спрос – это один из важнейших элементов рынка, он во многом определяет направления и перспективы развития организации по производству и сбыту товаров и оказанию услуг. Анализ, обоснование и прогноз спроса в краткосрочной и долгосрочной перспективе – это главенствующие задачи отдела маркетинга в каждой организации.

В настоящее время каждый производитель товаров должен оперативно реагировать на любые, даже незначительные изменения на рынке. От этого зависит его будущее развитие, а иногда и существование. Организация может вложить большое количество средств и времени в товар, который не будет пользоваться спросом у потребителей, что повлечет разорение фирмы. Использование имитационных моделей помогает предотвратить подобные ситуации путём проведения множества экспериментов с различными параметрами, выявить, какие из них влияют на результат принимаемых решений.

Имитационная модель – это программный продукт, который демонстрирует поведение реальной системы, позволяет сформировать подробную статистику о поведении изучаемого объекта при варьировании входных параметров. Он способен отображать в удобной форме процессы работы исследуемой системы, схематично изобразить её структуру и вывести на печать результаты. Использование такого функционала позволяет проще визуализировать прогноз в какой-либо задачи и разъяснить его сотрудникам отдела маркетинга.

В данной работе продемонстрировано применение методики имитационного моделирования для прогнозирования покупательского спроса на некоторые виды товаров и получаемой прибыли от их реализации.

Для того чтобы более эффективно спланировать свою производственно-хозяйственную деятельность, каждое предприятие проводит маркетинговые исследования с целью получения информации:

1. Объем рынка. Данная информация необходима для расчета предполагаемого объема реализации безалкогольных напитков на рынке.
2. Предпочтения потребителей. Данная информация необходима для разработки товарной политики предприятия.
3. Эффективность рекламных каналов. Данная информация необходима для выбора рекламных каналов для продвижения своей продукции [1].

На рисунке 1 показана диаграмма деятельности созданной имитационной модели.

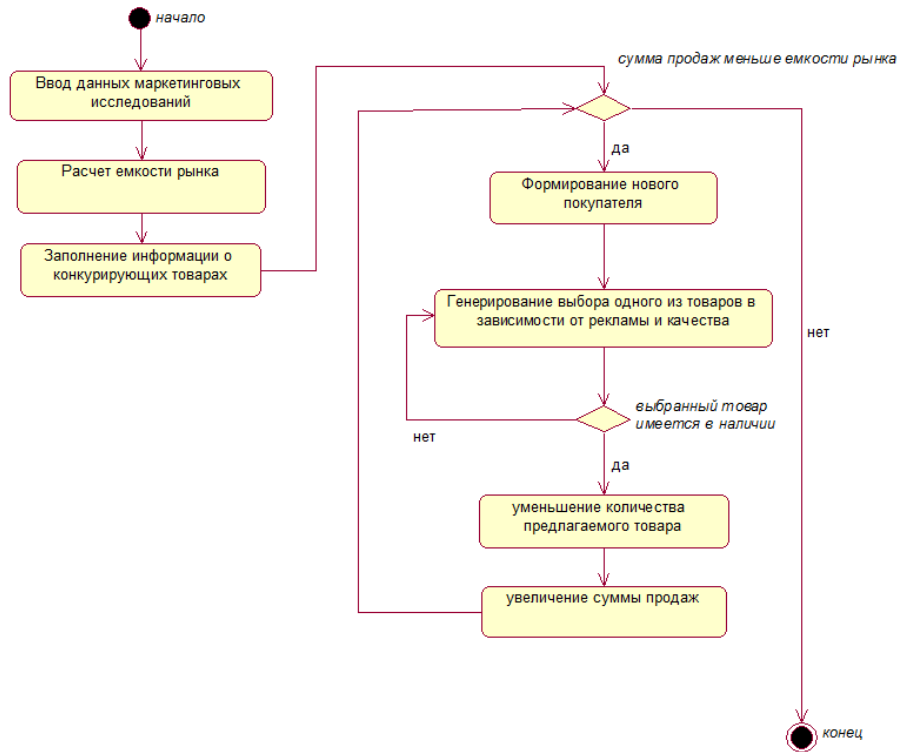


Рис. 1. Схема имитационной модели

На рисунке 2 показана форма созданного приложения. Пользователь может задавать произвольное количество товаров, изменять количество потенциальных покупателей, среднегодовой доход, процент дохода, расходуемого на предлагаемые товары. В результате имитационного моделирования будет показан размер полученной в ходе моделирования прибыли и размера завоеванной доли рынка.

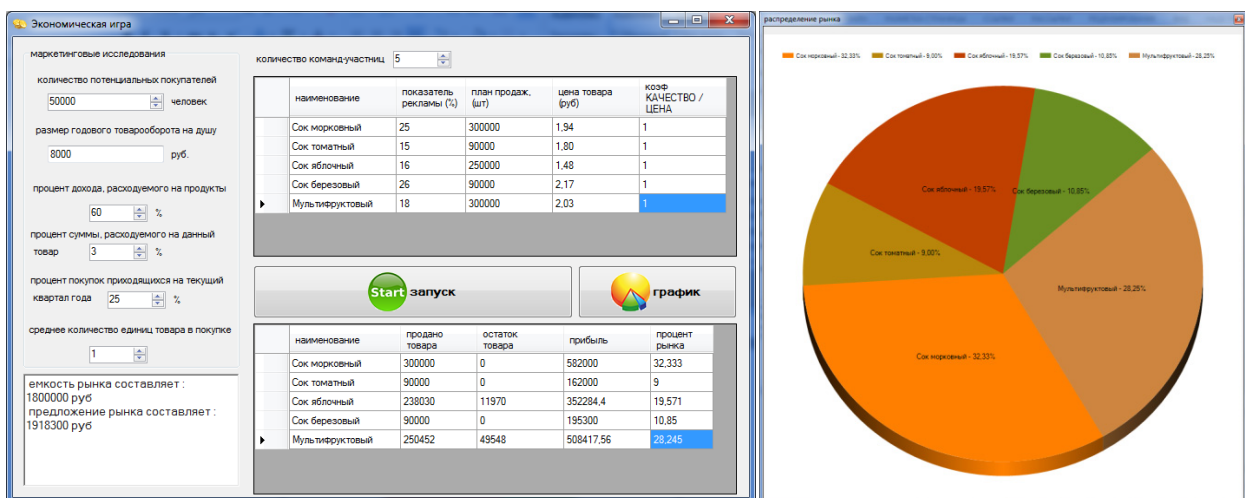


Рис. 2. Главная форма созданного приложения

Имитационное моделирование позволяет продемонстрировать поведение системы и её процессы в удобном для понимания виде, при этом избегая явного применения математических формул и статистических зависимостей.

1. Колбаско, И. В. Методические рекомендации по выполнению СУРС по курсу для студентов специальности 1-08 01-08 "Экономика и управление" / И. В. Колбаско, Т. В. Дятковская " – Мозырь, УО "МГПУ им. И.П. Шамякина, 2009. – 19 с.

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
АВТОНОМНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ ВОЛОГОДСКОЙ
ОБЛАСТИ «КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР
«ДОМ ДЕДА МОРОЗА»**

А.С. Ядрихинский

*И.В. Борисова, научный руководитель, ст. преподаватель
Вологодский государственный университет
г. Вологда*

В настоящее время существенное влияние на развитие России в целом и российского туризма как отрасли экономики оказывают сложившиеся стереотипы. В ряде стран Россия до сих пор ассоциируется с "медведями, ходящими по улицам городов", "суровыми морозами", "водкой" и "балалайкой". Среди самих россиян существует мнение о низком качестве российского сервиса, неосознанно поддерживаемое некоторыми средствами массовой информации. Все это снижает привлекательность России как места вложения инвестиций и как страны, интересной с точки зрения туризма.

Воздействовать на сложившиеся стереотипы можно только путем внедрения новых стереотипов или "брендов". Одним из таких брендов, положительно действующим на имидж России, стал "Российский Дед Мороз".

Главная задача повышения конкурентоспособности АУК ВО «КПЦ «Дом Деда Мороза» – увеличение туристического потока, популяризация этого бренда.

Обозначенная проблема обусловила выбор темы исследования «Повышение конкурентоспособности АУК ВО «КПЦ «Дом Деда Мороза»».

Методы исследования: анализ документации, интернет ресурсов АУК ВО «КПЦ «Дом Деда Мороза» по проблеме исследования, интерпретация и анализ полученных данных.