

Анализируя преимущества и недостатки технологий ИИ, можно выстроить такую систему разработки ИИ, которая будет развиваться в безопасном для людей направлении.

Литература

1 Технологии искусственного интеллекта и машинного обучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://hsbi.hse.ru>. – Дата доступа : 11.04.2021.

2 НАУКА-ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://nauka.tass.ru>. – Дата доступа : 11.04.2021.

М. А. Бельков, А. М. Радовня

Науч. рук. А. А. Казущик,

канд. экон. наук, доцент

БРЕНДИНГ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Важной задачей для страны, региона является разработка продуманной стратегии территориального брендинга, что позволит не только повышать туристическую привлекательность территории, но и привлекать инвестиции, выражать культурные и исторические ценности территории и населения. Для территории, как и любого объекта маркетинга, разрабатывается платформа бренда, включающая паспорт, символику, слоган, миссию и ценности.

Гомельская область является регионом, имеющим благоприятные условия для развития всех сфер хозяйствования человека. Регион располагает промышленным потенциалом – на его территории расположено более трехсот крупных и средних производственных предприятий. Гомельская область богата на лесные ресурсы, имеет запасы топливно-энергетического сырья, залежи каменной соли. Область имеет значительное историко-культурное наследие: более 2 500 памятников, из которых 1 360 – памятники истории и культуры, 140 – архитектуры [1].

Слоган бренда должен быть краток, четок, легко воспринимаем и понятен широкой аудитории. На наш взгляд, подходящий слоган – «Счастье в каждый дом».

Миссия бренда – это его философия, должна быть понятной, простой и доступной широкой массе людей. Относительно бренда Гомельской области её можно выразить следующим образом: «Миссия бренда – вывести регион на новый уровень. Используя имеющиеся ресурсы и возможности в культуре, экономике и промышленности, сделать регион привлекательным для туризма и экономических инвестиций. Гости – счастливее, жители – богаче».

Ценности бренда являются набором характеристик, значимых для всех субъектов территориального маркетинга, в том числе – нерезидентов Гомельской области. В последние годы получил развитие местный туризм, создается инфраструктура для приема зарубежных туристов. Фокус на иностранных гостях региона поможет существенно усилить позиции туризма в Гомельской области и выйти на новые целевые аудитории.

Расширение льгот, создание свободных экономических зон и смягчение налогообложения для иностранных компаний благоприятно скажется на инвестиционной привлекательности как всей страны, так и Гомельского региона. Поддержка малого и среднего бизнеса внутри страны позволит увеличить движение капитала, создать новые рабочие места и насытить рынок товарами и услугами. Развитие и интегрирование «зелёных технологий» поможет смягчить нагрузку на экологию, а

также снизить потребление топливных ресурсов, тем самым снизив энергетическую зависимость от других стран. Общемировой тренд на использование экологической продукции делает обоснованным инвестирование и создание мощностей для производств, связанных с этой продукцией.

Литература

1 Гомельская область [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belarus.by> – Дата доступа : 13.04.2021.

А. А. Бышик

Науч. рук. Л. В. Дергун,

канд. экон. наук, доцент

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ СТРОИТЕЛЬСТВА

Отраслевые особенности строительного производства не создают преимуществ для более успешного функционирования на рынке по сравнению с другими сферами, а детерминируют угрозы устойчивости финансового состояния организаций отрасли.

Продолжительный жизненный цикл продукции строительства, а также различная степень материалоемкости и трудоемкости строительного-монтажных работ в отдельные периоды строительства детерминирует неравномерную потребность в оборотных средствах. В структуре оборотных средств строительных организаций присутствуют расходы будущих периодов, необходимые для подготовки производственного процесса и обеспечения бесперебойного строительного производства. Продолжительность строительного процесса обуславливает наличие незавершенного производства, покрываемого собственными средствами строительной организации, что означает отвлечение средств из хозяйственного оборота. В оборотных средствах преобладает дебиторская задолженность, что детерминировано неудовлетворительным состоянием расчетов с заказчиками. При этом велика задолженность бюджета. 16,1 % дебиторской задолженности является просроченной. Поэтому более высокий уровень коэффициента текущей ликвидности по состоянию на 1 января 2020 года, равный 1,35, против 1,22 в целом по экономике не говорит об отсутствии проблем с платежеспособностью организаций строительной отрасли [1]. Доходы строительных организаций генерируются по трем видам деятельности, преимущественно за счет доходов от текущей деятельности, которые включают выручку от сдачи заказчику строительной продукции и прочие доходы от текущей деятельности. Индивидуальная стоимость объектов строительства, их территориальная разобщенность приводит к неравномерному поступлению выручки от сдачи работ заказчику, а также определяет более высокий уровень затрат всех видов производственных и финансовых ресурсов, а, как результат, – более низкие показатели рентабельности деятельности строительных организаций. Удельный вес убыточных организаций в строительстве по итогам 2019 года больше, чем в целом по экономике Республики Беларусь (17,8 % против 14,3 %) [1]. Строительство – материалоемкая и трудоемкая отрасль. Доля заработной платы в себестоимости составляет 24,8 % (16,1 % – в целом по всем видам экономической деятельности), доля отчислений на социальные нужды – 8,4 % (5,1 % – в целом); доля материальных затрат 57,1 % (66,1 % – в целом) [1]. Величина добавленной стоимости, подлежащая налогообложению, превышает ее значение в промышленности. Освобождение оборотов по реализации на территории