2. Бондарь, М. А. Интеллектуальная миграция в постиндустриальной экономике Беларуси / М. А. Бондарь // Наука и инновации. – 2014. – № 10. – С. 44–47.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 25.10.2020.

Влияние коррупции на инвестиционную привлекательность стран Западных Балкан

*Бутенко В. С., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Нестерова А. А., канд. экон. наук, доцент*

В современном мире проблема коррупции приобретает глобальный характер, затрагивая все основные сферы общественной жизни государств. Коррупция оказывает дестабилизирующее воздействие на эффективность развития бизнеса, уменьшает стимулы к инвестициям, увеличивает долю теневой экономики, препятствует экономическому и политическому развитию и еще больше усугубляет социальное неравенство, нищете. Инвестиции, в свою очередь, играют ключевую роль в рыночной экономике, поскольку обеспечивают долгосрочный и устойчивый экономический рост, заметно повышая жизненный уровень населения.

Экономическая коррупция на Западных Балканах развита на всех уровнях принятия решений. Несмотря на существенный прогресс в повышении прозрачности, за последние несколько лет ситуация не изменилась: коррупция по-прежнему широко распространена. Согласно Индексу восприятия коррупции Transparency International, за 2019 г. среди 180 стран наиболее коррумпированными оказались Албания и Северная Македония, занявшие 106 место в данном рейтинге, следом за ними Босния и Герцеговина – 101-е место, Сербия – 91-е место. Лучше всех справляются с коррупцией Черногория и Хорватия – 66-е и 63-е место соответственно [4]. Наряду с этим Западные Балканы, предлагающие относительно дешевую рабочую силу, близость к западным рынкам и наличие природных ресурсов, привлекают все еще слишком мало инвестиций. Сербия является крупнейшим получателем прямых иностранных инвестиций (далее ПИИ) в совокупном выражении – 4,28 млрд долларов в 2019 г., тем не менее регион значительно отстает от Европейского союза по объему ПИИ на душу населения. Средний объем ПИИ на душу населения в 2019 г. на Западных Балканах составляет около 5 086 долларов, в то время как в ЕС – 20 123 доллара. При этом у Боснии и Герцеговины и Северной Македонии самый

низкий объем ПИИ на душу населения, всего лишь 2 652 доллара и 3 048 долларов соответственно [2].

Даже по сравнению со средним показателем по ЕС, средний объем прямых иностранных инвестиций в регионе Западных Балкан на душу населения составляет менее половины от стран ЕС.

Согласно статистическим исследованиям, качество и эффективность институций и деловая среда, свободная от коррупции, являются основными факторами, с которыми считаются зарубежные инвесторы, прежде чем прийти в регион [1]. Иностранные инвесторы не желают связываться с Западными Балканами по ряду политических и экономических причин. На основании Индекса привлекательности страны для ВК/ЧАК за 2018 г. [3] из 125 рассматриваемых стран наиболее привлекательной на Западных Балканах оказалась Хорватия, занявшая 68 место, за ней следуют Северная Македония – на 80-м месте, Сербия – на 82-м, Черногория – на 85-м, Босния и Герцеговина – на 95-м и Албания на 103-й позиции. Отечественные и иностранные компании также сталкиваются с множеством проблем при ведении бизнеса в данном регионе, причем неистовая коррупция является одной из самых значительных. Согласно опросу, проведенному BEEPS [5], 23% компаний утверждают, что коррупция на Западных Балканах в той или иной степени повлияла на ведение бизнеса в данном регионе.

Таким образом, хотя коррупция и является существенной причиной при принятии инвестиционного решения зарубежными вкладчиками, исследование показало наличие отрицательной связи между уровнем коррупции и объемом ПИИ, о чем свидетельствует объем привлеченных иностранных инвестиций в Сербию и ее рейтинг в Индексе восприятия коррупции. Тем не менее привлечение ПИИ критически важно для стран Западных Балкан, что, как показывает опрос, проведенный BEEPS, невозможно без создания благоприятной деловой среды с одновременным осуществлением эффективных мер по снижению уровня коррупции в данном регионе.

Литература

1. Valbona Zeneli, The Determinants for the attraction of FDI in Southeast European countries: The Role of Institutions, Ph.D. Thesis, University of Bari – 2011.
2. Foreign direct investment: Inward and outward flows and stock, annual // UNCTADStat [Electronic resource]. – Mode of access: <https://unctadstat.unctad.org/EN/>. – Date of access: 04.11.2020.
3. The Venture Capital and Private Equity Country Attractiveness Ranking 2018 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://blog.iese.edu/vcpeindex/files/2018/02/report2018.pdf>. – Date of access: 02.11.2020.

4. CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX 2019 // Transparency International [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.transparency.org/en/publications/corruption-perceptions-index-2019>. – Date of access: 04.11.2020.

5. Business Environment and Enterprise Performance Surveys // World Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.enterprisesurveys.org/>. – Date of access: 05.11.2020.

Влияние рекламы в социальных сетях на развитие международного бизнеса

*Бутенко В. С., студ. П к. БГУ,
науч. рук. ст. преп. Хмурович Л. В.*

Невозможно переоценить роль технологий в современном мире. Они ускоряют развитие цивилизации и облегчают нам жизнь. В наше время интернет является великой силой, которая предоставляет прекрасные возможности и, кроме того, служит огромной площадкой для расширения бизнеса, коммуникации, образования и развлечений. Более того, он стал одним из фундаментальных компонентов на пути развития международного бизнеса.

С одной стороны, интернет рассматривается в качестве нового средства выражения, связывающего людей, различные учреждения, корпорации и правительства по всему миру [1, 21]. С другой, всемирная сеть является не только платформой для общения и игр, но и хорошим стартом для начала собственного бизнеса.

Стремительное развитие информационных технологий и появление интернета способствовали возникновению социальных сетевых сообществ. Бумом социальных сетей принято считать 2004 г. [2, 66]. Именно на этот период приходится бурный рост таких сайтов, как: LinkedIn, Facebook, MySpace и др. С того времени число активных зарегистрированных пользователей в социальных сетях, согласно докладу компании по управлению социальными сетями Hootsuite «The Global State of Digital in 2019 Report», достигло отметки в 3,5 млрд человек [3, 7]. Бурный рост пользователей в социальных сетях привел к развитию рекламы в интернете, которая направлена на стимулирование потребителя купить товар или услугу.

По итогам десятой профессиональной конференции Digital Media Belarus 2019, объем медиаинвестиций в интернет как канал рекламы составил 44,9 млн долларов, что на 20,5% больше предыдущего года [4]. Таким образом, современная реклама уже давно выходит за рамки реализации исклю-