

Самым распространенным инструментом реализации задач и, соответственно, функций интернет-маркетинга, используемого белорусскими предприятиями, является сайт компании, доля которого составляет 90 %. Меньше всего белорусскими предприятиями используется «вирусная» реклама.

Вместе с тем установлено, что развитие интернет-маркетинга в Беларуси сопряжено с рядом проблем, а именно:

- нехватка квалифицированных специалистов;
- снижение финансирования маркетинговой деятельности;
- присутствие антимаркетинговых стереотипов в обществе.

Проанализировав маркетинговую и, в частности, рекламную деятельность белорусских предприятий в электронных СМИ, можно сделать следующие выводы:

- большая часть маркетинговой деятельности предприятий в электронных СМИ направлена на конечного потребителя;
- наиболее распространенными методами ведения маркетинговой деятельности в электронных СМИ является баннерная реклама, контекстное продвижение и работа в социальных сетях;
- отсутствие оригинальных маркетинговых идей говорит о низком уровне компетенции специалистов в области;
- наличие специальных браузерных инструментов позволяет пользователям обходить баннерную рекламу, что говорит о неоправданных затратах на разработку этого вида рекламы;
- низкий процент использования актуальных на сегодняшний день мобильных приложений для ведения маркетинговой деятельности;
- отсутствие оригинальных методов и инструментов ведения маркетинговой деятельности.

На основании вышеизложенных выводов можно утверждать, что белорусские предприятия нуждаются в приобретении новых инструментов для ведения маркетинговой деятельности в Интернете и расширения комплекса маркетинга, а также в более интенсивном и особенно разнообразном использовании как уже существующих, так и новых методов интернет-рекламы.

Проанализировав доступные на сегодняшний день инструменты интернет-маркетинга и их использование белорусскими и зарубежными предприятиями, можно выделить следующие перспективные тенденции в развитии интернет-рекламы:

- работа в социальных сетях;
- работа в тематических форумах и каталогах;
- разработка мобильных приложений.

## **И. С. Благущ**

### **МИРОВОЙ РЫНОК БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ**

В современных экспертных источниках бизнес-анализ и Business Intelligence, или интеллектуальный анализ данных, соседствуют в перечне наиболее популярных бизнес-услуг, финансирование и инфраструктура которых активно развивается.

Для анализа проблем и принятия решений менеджмент организаций использует обобщенную информацию, ставшую результатом информационно-аналитической деятельности особой категории специалистов, относящихся к группе аналитиков, или чаще – бизнес-аналитиков. Аналитики, профессионально работающие с различными массивами данных и обладающие системными знаниями, в организации не менее значимы, чем эксперты, которые являются специалистами в конкретной предметной области. Аналитик выполняет функцию посредника между специалистами разного уровня и различных предметных областей, проверяя гипотезы, предложенные экспертами, выдвигая требования к данным, собирая и систематизируя релевантную информацию, осуществляя ее обработку с использованием программных и инструментальных средств.

Бизнес-аналитики, занимаясь выяснением существующих в работе организации проблем, вырабатывают предложения по их решению. Они не только собирают и анализируют информацию, но и занимаются прогнозированием и моделированием, что позволяет формировать новые цели и задачи по развитию бизнеса.

Наряду с понятием бизнес-анализа (Business Analysis, или BA) часто используют как синонимичный термин «Business Intelligence» (BI), введенный в оборот специалистами исследовательской и консалтинговой компании Gartner, специализирующейся на рынках информационных технологий, в 1980-е гг. Первоначально под BI понимали процесс, включающий доступ к данным и исследование информации, ее анализ, выработку интуитивных решений, которые способствуют принятию правильных и обоснованных стратегий. В конце 1990-х гг. Business Intelligence определяли как комплекс инструментов для анализа данных, построения отчетов и запросов, призванных помочь бизнес-пользователям извлечь значимую информацию из большого массива данных. Нередко специалисты, объединяя эти подходы, под Business Intelligence понимают и комплекс инструментальных средств анализа больших массивов данных с целью поддержки принятия эффективных решений, и область знаний, изучающую технологии и методы анализа данных с целью поддержки принятия эффективных решений.

В аналитических отчетах Softline BI – это набор методологий, бизнес-процессов, программных архитектур и технологий, трансформирующих необработанные данные в осмысленную и полезную информацию, используемую при принятии тактических и стратегических решений, направленных на повышение эффективности деятельности организации.

Business Intelligence предполагает использование средств построения аналитических отчетов; оперативно-аналитическую обработку данных и их глубинный анализ; предметно-ориентированные информационно-аналитические системы и системы поддержки принятия решений; платформы BI. Такой инструментарий позволяет добиваться сокращения сроков получения необходимой информации в разных областях; получать ее в необходимом для менеджмента компании разрезе, оперативно переформатировать отчетную документацию по запросу руководства; осуществлять постоянный монито-

ринг ключевых показателей деятельности организации, оперативно реагируя на отклонения; возможность принимать упреждающие решения на основе вероятностных прогнозов.

Термины «бизнес-анализ» и «Business Intelligence» в отечественных источниках часто используют как синонимичные, хотя не все специалисты соглашались с такой трактовкой, считая, что BI, или интеллектуальная обработка данных, – более сложный и емкий вид деятельности, позволяющий решить более широкий спектр задач. Представления белорусских работодателей о необходимом наборе профессиональных компетенций и функциональных обязанностей бизнес-аналитиков пока не устоялись и по-разному трактуются даже в компаниях одной отраслевой принадлежности. Бизнес-анализ и интеллектуальная обработка данных в подавляющем большинстве случаев не воспринимаются как различные виды профессиональной деятельности.

Глобальный спрос на услуги бизнес-аналитиков и интеллектуальный анализ данных стремительно расширяется. Информационно-коммерческую деятельность с выходом на рынок бизнес-аналитики и консалтинговых услуг осуществляют кредит-бюро, торгово-промышленные палаты, союзы предпринимателей, банки, частные фирмы, которые специализируются на информационном обслуживании, консультационных, инжиниринговых, брокерских услугах, государственные учреждения, где регистрируются вновь созданные предприятия и т.д.

В 2015 г. объем мирового рынка бизнес-аналитики и больших данных составлял 122 млрд долл., в 2016 г. он увеличился на 6,5 %, добравшись до отметки в 130 млрд долл., а к 2020 г. прогнозируется его расширение до 203 млрд долл. При этом динамика доходности компаний, действующих в этом сегменте, также устойчиво положительна. Согласно оценкам Gartner в 2017 г. суммарный чистый доход субъектов глобального рынка бизнес-аналитики (BI) и аналитического ПО достиг 18,3 млрд долл., увеличившись на 7,3 %, по сравнению с 2016 г., а к концу 2020 г. он прогнозируется на уровне 22,8 млрд долларов.

В ближайшие два-три года и спрос, и предложение на рынке бизнес-аналитики будут устойчиво расти, проекты станут более сложными, а конкуренция – увеличится, особенно в узких сегментах. Традиционные тренды сохраняются: спросом по-прежнему пользуются визуализация данных и BI-самообслуживание, практически не изменился набор отраслей, где бизнес-аналитика особенно востребована. Выраженной тенденцией рынка BI и больших данных в 2016 г. и начале 2017 г. стало то, что бизнес начал более широко смотреть на применение новых технологий, стремясь решить не локальные, а глобальные задачи, которые оказывают влияние на эффективность всей организации, а не отдельных ее участков.

Динамично развивающийся рынок современных BI и аналитики находится под влиянием следующих ключевых факторов. Современные средства BI, которые поддерживают большую доступность, гибкость и аналитическое понимание на корпоративном уровне, будут доминировать среди новых приобретений. При этом появление возможности получать данные в резуль-

тате интеллектуального анализа информации, машинного обучения и автоматизации всего аналитического процесса может привести к волне дестабилизации рынка из-за появления стартапов, вытесняющих поставщиков услуг традиционной бизнес-аналитики.

Важным фактором, способствующим более широкому использованию ВІ, станет способность предлагаемых инструментов осуществлять ускоренный поиск надежных массивов данных, их проверку и обогащение, что переместит инвестиции в сферу подготовки данных. Как внутренние пользователи, так и клиенты будут больше применять автоматизированных средств либо встраивать аналитику в приложения, которые используют. Возможность встраивать и расширять аналитику контента будет ключевым фактором, способствующим принятию и осознанию большей ценности аналитики.

Организации будут использовать все больше потоковых данных, сгенерированных с помощью устройств, датчиков и людей, для более быстрого принятия решений. Расширить применение ВІ будет возможно, если разработчики обеспечат инструментарий отслеживания событий и потоковых данных в режиме реального времени.

В настоящее время большая часть корпоративных баз данных хранится внутри организаций, но к 2020 г. большинство новых лицензионных приобретений на рынке ВІ, вероятнее всего, будут связаны с использованием облачных технологий. Развертывания облачных платформ ВІ и ВА могут снизить эксплуатационные издержки и сократить сроки внедрения новых инструментов.

Доступность активной рыночной ниши, где покупатели и продавцы обмениваются аналитическими приложениями, источники агрегированных данных, оригинальные наглядные представления и алгоритмы, вероятно, создадут повышенный интерес к пространству ВІ и аналитики и станут причиной их будущего роста. Маркетплейс создаст для организаций новые условия, открывающие и расширяющие возможность покупать и продавать аналитические способности и ускорять понимание ценности услуг бизнес-аналитики и интеллектуальной обработки данных.

Современные ВІ и аналитика продолжают расширяться быстрее, чем традиционный бизнес-анализ, поскольку в большей степени соответствуют требованиям доступности, гибкости, скорости и глубины аналитического понимания, что стимулирует деловую активность в отрасли.

**Т. В. Глуховская**

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Анализ интеграционных процессов позволяет выделить в них несколько современных тенденций. Первая – это количественный рост числа стран, вовлеченных в процесс международной экономической интеграции. Такое увеличение обусловлено в основном развитием сетей международного произ-