

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-

водства и необходимостью объединить усилия стран-партнеров в регулировании и адаптации их национальных экономик к вхождению в мировую глобализирующуюся экономику. Кроме того, конкурентная борьба, вызванная ростом масштабов производства, вынуждает бизнес находить наилучшие условия деятельности и выходить за рамки национальных границ. Наибольшую значимость сегодня приобретает сотрудничество в научно-технической сфере. При консолидации средств разных стран либо предприятий из разных стран существенно сокращаются затраты каждой стороны на НИОКР и деятельность по их внедрению. Ускоряет процесс интеграции устойчиво быстрое развитие сетей транснациональных коммуникаций.

Вторая черта современной экономической интеграции – совершенствование, а иногда и отход от ее классических этапов и методов. Классическая схема форм региональных интеграционных объединений, разработанная американским экономистом венгерского происхождения Б. Балассом, предполагает прямолинейное и поступательное развитие от простого взаимодействия между странами, включающее зону свободной торговли (ЗСТ), таможенный союз (ТС), общий рынок (ОР), экономический союз (ЭС) и валютный союз (ЭВС), к полной экономической интеграции. Она предусматривает унификацию денежно-кредитной, налоговой и валютной политики, вплоть до введения единой валюты, и учреждение наднациональной администрации с широким объемом полномочий, решения которой являются обязательными для участвующих государств. Принято считать, что интегрируются страны, близко расположенные друг к другу, схожие по уровню социально-экономического развития и имеющие одинаковые цели интеграции. С течением времени экономическое развитие стран и регионов вносит существенные коррективы в схему ступеней экономической интеграции. ЕС, является единственным примером регионального объединения стран, достигших высшей ступени интеграции – экономического и валютного союза. Некоторые группировки формально считаются достигшими стадии ТС, но на практике функционируют с изъятиями из режима таможенного союза, а часть – и из режима зоны свободной торговли. Наиболее успешен таможенный союз России, Беларуси и Казахстана. Этапы ЗСТ или ТС являются минимально необходимым условием возникновения интеграционной группировки и ее дальнейшего развития. Поскольку интеграция не может строиться только на намерениях и совместных межгосударственных проектах, то некоторые интеграционные объединения (СНГ) являются только формальными примерами этого процесса.

Сегодня на практике все реже используют термин «региональная интеграция», заменяя его новыми. Условия взаимного торгово-экономического сотрудничества в формате «ЗСТ+» в документах ВТО заменены и квалифицируются как «соглашения об экономической интеграции» или «ВТО+». В докладе ВТО о мировой торговле за 2011 г. широко используются термины – «глубокая интеграция», «глубокие преференциальные торговые соглашения», отражающие, по сути, принципиальное изменение сущности современных

интеграционных процессов. Главный мотив этих соглашений – не таможенно-тарифная либерализация, а гармонизация хозяйственного регулирования, выравнивание условий для предпринимательской деятельности.

Существуют и другие несоответствия теоретической схеме развития интеграционных процессов. Сегодня каждое оглашение о свободной торговле предусматривает создание в том или ином виде инвестиционной зоны. По классической схеме интеграции инвестиционные проблемы рассматривались не в самом начале интеграции, а на этапе создания общего рынка.

Объективно происходящие процессы экономической интеграции в Североамериканской зоне свободной торговли (НАФТА) показали, что возможно успешное движение от ЗСТ к более высоким уровням интеграции (общему рынку и даже элементам экономического союза), минуя стадию таможенного союза с его наднациональными компетенциями в области торговой политики. За НАФТА последовали десятки подобных соглашений между другими странами, как близко расположенными, так и, все чаще, находящимися на разных континентах. Именно этот процесс определяет главное содержание нынешнего этапа региональной интеграции.

Одной из причин этой тенденции является неуклонный рост доли соглашений по услугам и дополнение ими ранее заключенных соглашений по товарам. К тому же торговля услугами сопровождается ростом заключенных соглашений в сфере миграции капитала. Доминирующий способ поставки услуг – коммерческое присутствие. Это означает создание сервисного предприятия на территории страны-партнера. А поскольку торговля услугами не всегда определяется географической близостью расположения стран и наличием у них общих границ, то это приводит к появлению новых видов интеграционных соглашений. И таким образом региональная интеграция перерастает в межрегиональную. Примером может служить АТЭС. В эту интеграционную группировку входят сегодня страны Азии, Америки и Россия. Интеграция такого типа, конечно, не является такой глубокой, как внутриконтинентальная, и в ближайшей перспективе расширится скорее всего только торговое сотрудничество.

В начале XXI в. зарегистрированы единичные случаи образования новых региональных объединений. Их участниками в основном являются страны Западной Европы, Америки и Восточной Азии. Причем стали доминировать альянсы развитых и развивающихся стран. Большинство из них являются зонами свободной торговли, но содержат дополнительные соглашения по инвестициям, трудовой миграции, объектам интеллектуальной собственности и другим вопросам. Присоединение новых стран происходит в основном путем заключения только двухсторонних соглашений между странами. При этом как развитые, так и развивающиеся страны испытывают выгоды от такого сотрудничества. Развитые страны получают доступ на новые рынки, а развивающиеся страны привлекают иностранный капитал и технологии и получают доступ на рынки развитых стран.

Наряду с процессами интеграции начинается обратный ее процесс – дезинтеграция. Он связан с ослаблением связей между странами. Примером может стать СНГ. Несмотря на пессимистические прогнозы дальнейшего

существования СНГ, для Беларуси ключевыми экономическими партнерами остаются некоторые его члены – Россия, Казахстан, Украина, Молдова и Азербайджан. В рамках СНГ для нашей страны сегодня наиболее актуален этап создания зон свободной торговли, которые распространялись бы на отдельные виды экономической деятельности, а не на всю экономику в целом.

Республика Беларусь может более успешно интегрироваться в мировое хозяйство путем заключения межрегиональных соглашений, будучи в составе ЕАСТ, с третьими странами и их блоками (Китай, Вьетнам и др.).

И. Н. Емельянчик, А. В. Афанасенко

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАХОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ РИСКОВ

Деятельность любого предприятия связана с риском. Риск – это любое событие или действие, которое может помешать компании достигнуть тактических и стратегических целей.

Маркетинговый риск – это риск недополучения прибыли из-за снижения объема реализации или цены товара. Ошибки в планировании дохода происходят из-за недостаточного анализа рынка: неверной оценки конкурентоспособности или неправильного ценообразования. Также на маркетинговый риск влияют ошибки в стратегии продвижения: недостаточный бюджет на продвижение или неправильный способ продвижения.

Снижение потенциальных рисков возможно, если специалисты проведут глубокий анализ по всем критериям маркетинговой деятельности, будут использовать различные источники информации, необходимые для принятия маркетинговых решений. Учет рисков также возможен при расчете оптимистических, пессимистических и наиболее вероятных прогнозов и результатов действий.

Страхование рисков, основной прием снижения риска. Страхование вероятных потерь служит не только надежной защитой от неудачных решений, но и повышает ответственность лиц, принимающих решения, принуждая их серьезнее относиться к разработке и принятию решений, регулярно проводить защитные мероприятия в соответствии со страховыми контрактами. Достаточно трудно использовать механизм страхования при освоении новой продукции или новых технологий, так как страховые компании не располагают в таких случаях достаточными данными для проведения расчетов.

Не зря считается, что страхование маркетинговых рисков – это один из наиболее сложных видов страхования. Дело в том, что данный вид страхования призван возместить страхователю маркетинговые риски и в случае, если оговоренные в договоре страхования операции за четко установленный период не дадут той окупаемости, которая определена заранее в договоре.

Договор страхования маркетинговых рисков включает в себя страхование убытков (рисков) в коммерческой деятельности. Такие договоры могут покрывать следующие виды страхования: имущественное страхование; от потери