

# Чему библиотекари могут научить бизнес?



АВТОР

**Инна Викторовна  
ЮРИК,**

заместитель  
директора  
Научной библиотеки  
Белорусского  
национального  
университета

По данным главного тренингового портала Беларуси «Аспект», в 2015 г. наиболее востребованными в белорусской бизнес-среде были программы обучения по маркетингу, управлению персоналом и продажам. Популярность тем понятна: усиление маркетинговой составляющей в нестабильных рыночных условиях – общемировая тенденция. На узнаваемость и соответственно на продажи продукта или услуги в первую очередь влияет грамотная маркетинговая стратегия, разработка которой требует изучения потребительского спроса, конъюнктуры, действий конкурентов. Поэтому вполне объяснимо, что топовой программой в области маркетинга стала «Школа бизнес-исследований» – уникальный образовательный проект в сфере подготовки бизнес-исследователей и аналитиков, разработанный и реализованный ООО «Студия Сорокина и Куликович» [1].

Одна из особенностей этого образовательного проекта – привлечение к обучению не бизнес-тренеров, а профессионалов в своей сфере. Каким образом стало возможным участие в нём библиотекарей?

Программа включает семь модулей:

- 1) разработка плана исследования. Выбор методов и базы исследования;
- 2) поиск информации и конкурентная разведка (далее — КР);
- 3) маркетинговый анализ рынка;
- 4) количественные методы исследования. Эксперимент;
- 5) качественные методы исследования;
- 6) бизнес-статистика;
- 7) визуализация и представление результатов исследования. Инфографика.

Поскольку один из модулей посвящён проблемам поиска информации и КР, приглашение в команду тренеров библиотекарей вполне понятно: владение методами эффективного поиска — базовый квалификационный навык библиотекаря-профессионала. Основная цель «библиотечного» модуля — формирование у представителей бизнес-сообщества необходимых компетенций для эффективного поиска информации в Интернете и владения методами отбора качественных информационных ресурсов.

Учебное содержание модуля включает две части [2]. Первая — «**Поиск коммерческой информации**» — отвечает на следующие вопросы: «Где искать информацию для исследования?», «Как добывать труднодоступную и дорогостоящую информацию?», «Где публикуются новейшие методы и результаты бизнес-исследований?», «Как проводить кабинетные исследования с использованием электронных баз данных?», «Как провести бизнес-исследование, не выходя из дома?», «Где искать отчёты консалтинговых агентств, статистических бюро и общественных организаций?», «Где находится самая актуальная мировая бизнес-статистика?». Во второй части — «**Конкурентная разведка**» — раскрывается, что такое удалённые средства КР, где искать достоверную информацию о партнёрах, клиентах и конкурентах, как найти партнёров по бизнесу в других странах, как измерить силу бренда с помощью анализа СМИ и как проводить этот анализ с минимальным бюджетом.

Подробнее остановимся на второй части модуля, поскольку может возникнуть вопрос: какое отношение библиотекари имеют к КР? Для ответа на него обратимся к определению. КР (Competitive Intelligence, CI) — вид информационной деятельности, подразумевающий сбор и обработку данных из разных источников для выработки управленческих решений с целью повышения конкурентоспособности →

коммерческой организации, осуществляемый в рамках закона и с соблюдением этических норм (в отличие от промышленного шпионажа). Другие часто встречающиеся названия КР — бизнес-разведка, деловая разведка, корпоративная разведка, коммерческая разведка.

По мнению экспертов [3], специалист, занимающийся этим видом деятельности, должен владеть такими знаниями, которые обеспечат:

- глубокое понимание философской и физической сущности такого явления, как информация;
- умение грамотно использовать общенаучный и специальный методологический аппарат организации и ведения информационной деятельности, возможности существующих и перспективных информационных технологий;
- широкий кругозор в своей предметной области и желание его постоянно расширять;
- умение оперативно ориентироваться в постоянно возрастающих информационных потоках;
- способность выбирать рациональные режимы сбора и обработки информации;
- способность грамотно принимать решения, обоснованно их излагать в устной и письменной формах и т.д.

Не эти ли знания получают библиотекари и библиографы в рамках профессионального образования, изучая дисциплину «Аналитико-синтетическая переработка информации»?

КР существенно изменяется в условиях развивающегося информационного общества. С одной стороны, появились новые средства сбора и обработки информации, в том числе с использованием ИКТ. Как следствие, набирает популярность КР с использованием удалённых средств — особый вид информационно-аналитической работы, позволяющей собирать разносторонние бизнес-сведения из открытых источников в Интернете: веб-пространства, блогосферы, форумов, социальных сетей. С другой — резко возрос объём информации, которую нужно переработать для получения необходимых данных о конкурентах. По прогнозам International Data Corporation (IDC) — ведущего поставщика информации и консультационных услуг, специализирующегося на исследованиях ИТ-рынка, количество цифровых данных на планете будет как минимум удваиваться каждые два года вплоть до 2020 г. Уже сейчас современный человек за месяц получает и обрабатывает столько информации, сколько человек XVII в. — за всю жизнь. В одной только сети Facebook ежемесячно публикуются 30 млрд новых источников информации [4]. В 2012 г. общий мировой объём сгенерированных человечеством данных составил более 2,7 зеттабайт (2,7 трлн Гб) — это почти на 50% превышает уровень 2011 г. (1,8 зеттабайт, или 1,8 трлн Гб) и в 20 раз больше, чем в 2005 г.

Несмотря на то что в открытых источниках и специализированных базах данных, доступных в Интернете, содержится большая часть информации, необходимой для проведения КР, вопрос её нахождения и эффективного использования остаётся открытым.

При проведении КР в веб-пространстве следует учитывать наличие в нём «подводных камней», которые известный специалист по КР Е. Ющук объединяет в три категории: качество и доступность информации, пренебрежение человеческим интеллектом, сомнительный уровень качества аналитического продукта [5].

### ПРОБЛЕМЫ ДОСТУПНОСТИ ИНФОРМАЦИИ

Одна из проблем заключается в том, что доступность информации в разных странах серьёзно различается. Например, в США регуляторы требуют, чтобы определённые данные о компании (в частности, по ценным бумагам и тендерам) были обязательно опубликованы в Интернете. А на развивающихся рынках, которые контролируют авторитарные правительства, таких документов, как правило, нет. Некоторых видов бизнес-информации в электронном виде просто не существует. А вообще, в печатном или электронном видах появляется не более 1% деловой информации, поэтому большую часть сведений приходится получать от людей [5].

Вторая проблема связана с особенностью построения Интернета, который состоит из двух частей: видимой и невидимой («глубокий Интернет», «серый Интернет» и т.д.). Именно во второй части содержится намного больше данных, потенциально интересных для КР, чем в первой. При этом не вся потенциально открытая «несекретная» информация является хорошо доступной. Извлечение необходимых сведений в каждом конкретном случае является сложной задачей.

Третья проблема — следствие экспоненциального роста цифровых данных. Количество внешних и внутренних источников информации непрерывно растёт, а сами данные становятся и сложнее, и разнообразнее — структурированные, неструктурированные и даже квазиструктурированные. Проблема обработки «больших данных» (BigData) состоит не столько в их объёме, сколько в отсутствии адекватного инструмента для работы с ними. Они по-разному индексируются. Информационно-поисковые системы (ИПС) отлично справляются с простыми однократными запросами, однако, как правило, слабоприменимы для нужд КР (по оценкам специалистов, более 97% важной для КР онлайн-информации невозможно найти с помощью традиционных ИПС).

Для решения перечисленных проблем специалисты рекомендуют использовать специализированные возможности ИПС (расширенный поиск) и сервисы. Приведём примеры софта и сервисов для профессионального поиска.

### Программы:

- ♦ [www.dr-watson.wix.com/home](http://www.dr-watson.wix.com/home) — предназначена для исследования массивов текстовой информации с целью выявления сущностей и связей между ними;
- ♦ [www.dr-watson.wix.com/home#!fishman/c95g](http://www.dr-watson.wix.com/home#!fishman/c95g) — предназначена для автоматизации сбора информации из большого числа источников и представления результата в удобном формате;
- ♦ [www.soberi.info/node/9](http://www.soberi.info/node/9) — простая программа для сбора контента и ссылок;
- ♦ [www.fmsasg.com](http://www.fmsasg.com) — одна из лучших в мире программ по визуализации связей и отношений Sentinel Vizualizer. Компания полностью русифицировала свои продукты и подключила горячую линию на русском языке.

### Сервисы:

- ♦ [www.unwiredlabs.com/home](http://www.unwiredlabs.com/home) — специализированное приложение с API для поиска по геолокации любого устройства, подключённого к Интернету;
- ♦ [www.visualping.io](http://www.visualping.io) — сервис мониторинга сайтов и в первую очередь имеющих на них фотографий и изображений. Даже если фотография появилась на секунду, она будет в электронной почте подписчика. Имеет плагин для GoogleChrome;
- ♦ [www.spyonweb.com](http://www.spyonweb.com) — исследовательский инструмент, позволяющий осуществить глубокий анализ любого интернет-ресурса;
- ♦ [www.imgops.com](http://www.imgops.com) — многофункциональный онлайн-инструмент для работы с изображениями, включая извлечение из них метаданных и скрытой информации.

### Поисковики:

- ♦ [www.idmarch.org](http://www.idmarch.org) — лучший по качеству выдачи поисковик мирового архива pdf-документов. В настоящее время проиндексировано более 18 млн файлов, начиная от книг и заканчивая секретными отчётами;
- ♦ [www.marketvisual.com](http://www.marketvisual.com) — уникальный поисковик, позволяющий находить собственников и топ-менеджмент компаний по имени и фамилии, наименованию компании, занимаемой позиции или их комбинации. В поисковой выдаче содержатся не только искомые объекты, но и их связи. Рассчитана прежде всего на англоязычные страны;
- ♦ [www.worldc.am](http://www.worldc.am) — поисковик по фотографиям в свободном доступе с привязкой к геолокации.

### Сервисы web 2.0 для КР

- ♦ [www.eurekaengine.ru](http://www.eurekaengine.ru) — сервис, позволяющий производить глубокий лингвистический анализ текстов, извлекать из них новые знания и факты. Отличается высоким качеством анализа, большой скоростью и огромными объёмами перерабатываемых неструктурированных данных. Одна из лучших российских разработок;

- ♦ сервис [www.buzzsumo.com](http://www.buzzsumo.com) определяет наиболее влиятельные посты по интересующей пользователя теме с точки зрения репостов, есть достаточно гибкие настройки;
- ♦ [www.vkparser.ru](http://www.vkparser.ru) — инструмент для исследований профилей и записей «ВКонтакте»;
- ♦ [www.followerwonk.com/analyze](http://www.followerwonk.com/analyze) — анализ аккаунтов в Twitter;
- ♦ [www.hashtagr.co](http://www.hashtagr.co) — поиск по хэштегам;
- ♦ [www.picturegr.am](http://www.picturegr.am) — поиск в Instagram;
- ♦ [www.onliner.io](http://www.onliner.io) — сервис мониторинга активности пользователей «ВКонтакте»;
- ♦ [www.pressfeed.ru](http://www.pressfeed.ru) — сервис социальной журналистики по-русски.

Полный список сервисов представлен на блоге о разведывательных технологиях в бизнесе «ИРазведка» ([www.irazvedka.ru/category/poisk\\_soft%29](http://www.irazvedka.ru/category/poisk_soft%29)).

### ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИИ

По оценкам IDC, к 2020 г. доля полезной информации в Интернете составит лишь 35% всей сгенерированной [4]. На качество влияет динамика Интернета: информация размещается, модифицируется и удаляется. Анонимность пользователей Сети, а также очень слабое регулирование делают возможными появление и распространение информации, которая совсем не обязательно оказывается точной, а иногда и целенаправленно вводит в заблуждение. Важнейшей задачей становится верификация контента.

Европейский центр журналистики опубликовал специальное Пособие по проверке (Verification book), в котором мировые редакторы и журналисты дают рекомендации относительно того, как проверять пользовательский контент на достоверность. Также в нём содержится перечень подходящих для этого онлайн-инструментов. С книгой можно ознакомиться на сайте проекта ([www.verificationhandbook.com/book](http://www.verificationhandbook.com/book)) или скачать её в одном из популярных форматов для ридеров и планшетов.

### ЦЕННОСТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ИНТЕЛЛЕКТА

По мнению экспертов, только 10–15% необходимой информации имеется в Интернете в готовом виде, остальные 85–90% можно получить в результате сравнения, интеграции и анализа многочисленных разрозненных данных.

Различные веб-инструменты могут помочь в процессе визуализации, выявления взаимосвязей между объектами, при обобщении и сравнении информации, полученной из неструктурированного текста или из разных источников, но преобразование разрозненных сведений в выверенный результат анализа невозможно без участия человеческого интеллекта.

По мнению Е. Ющука, уровень доступа к опубликованной в Интернете информации у всех компаний на рынке приблизительно одинаков. Поэтому не сбор →

сведений, а квалификация аналитиков способна создать конкурентное преимущество [5].

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

К основным целям КР с использованием удалённых средств относят:

- информационное обеспечение процесса выработки управленческих решений на стратегическом и тактическом уровнях;
- выявление, прогноз и предотвращение потенциальных угроз бизнесу;
- выявление (совместно со службой безопасности) попыток конкурентов получить доступ к закрытой информации компании;
- определение благоприятных возможностей для бизнеса;
- управление рисками, обеспечение эффективного реагирования компании на быстрые изменения окружающей среды, интернет-пространства;
- промышленная контрразведка, предупреждение разведывательной деятельности конкурентов в сетевой среде, аналитическая поддержка службы безопасности компании [6].

### Задачи КР:

- сбор и своевременное обеспечение руководства и бизнес-подразделений компаний надёжной и всесторонней информацией из сетевых источников о внешней и внутренней среде предприятия;
- выявление факторов риска, угроз, которые могут затронуть экономические интересы бизнеса или помешать её нормальному функционированию;
- выявление новых возможностей и других факторов, влияющих на получение конкурентных преимуществ;
- усиление благоприятных и локализация неблагоприятных факторов конкурентной среды на деятельность бизнес-структуры;
- выработка прогнозов и рекомендаций по влиянию конкурентной среды на деятельность бизнес-структуры [6].

### ОБЪЕКТЫ РАЗВЕДКИ

При выборе объектов КР следует учитывать, что интерес представляет не только область деятельности компаний, но и сфера их влияния и интересов. Полученная информация может быть использована для

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ КР

Вид информационного источника	Где искать?
Пресс-релизы компании, официальные заявления от имени компании о новых технологиях, новых направлениях, сделках, перспективах	Веб-сайты компании, PR-службы, общие и профильные специализированные площадки для размещения пресс-релизов
Интервью сотрудников компании	Материалы в СМИ
Высказывания сотрудников компании на форумах, в блогах, в частных беседах	Интернет-ресурсы (специализированные форумы, блоги сотрудников, личные страницы в социальных медиа), блоги экспертов, группы в социальных медиа, выставки, конференции, курсы повышения квалификации, профессиональные мероприятия
Тендеры, закупки. Предметы закупок, оборудование, исполнители	Интернет-ресурсы (веб-сайт компании, торговые площадки, профильные форумы), партнёры исследуемой компании, те, кто участвовал в их тендерах
Патенты, авторские свидетельства компании и её сотрудников	Сайт Роспатента
Разработки компании: ведущиеся, финансируемые, инновации, которыми компания интересуется. Наблюдению подлежат попытки компании проводить исследования: закупка специфического оборудования, переговоры, посещение соответствующих организаций	Для Беларуси: сайт Белорусского института системного анализа и информационного обеспечения научно-технической сферы <a href="http://belisa.head.by/ru/">http://belisa.head.by/ru/</a> , ГКНТ <a href="http://www.gknt.gov.by">http://www.gknt.gov.by</a> и др.
Активность компании на рынке слияний и поглощений	Специализированные веб-ресурсы, например Corporate Reports <a href="http://www.corp-reports.com/file/ru/2241/view">www.corp-reports.com/file/ru/2241/view</a> , новостные сообщения по теме и др.
Вакансии компании, сообщения о поиске сотрудников, требования к вакансиям, условия	Веб-сайт компании, сайты по поиску работы, сайты агентств, с которыми компания сотрудничает
Благодарности, награды компании и сотрудников	Веб-сайт компании
Курсы повышения квалификации, обучение персонала – указание на приоритеты развития компании	Веб-сайт компании (портфолио сотрудников; отчёты о деятельности компании, корпоративные издания и др.)
Участие в мероприятиях (выставки, конференции, круглые столы, презентации)	Веб-сайт компании, корпоративные издания
Участие в организациях (союзы, ассоциации, конфедерации и т.п.)	Веб-сайт компании



оказания влияния на позиции партнёров и оппонентов в ходе деловых переговоров. Большое значение имеет информация, относящаяся к политике конкурентов, их намерениям, сильным и слабым сторонам, продукции и услугам, ценам, рекламным кампаниям и другим параметрам рынка.

#### Основные объекты КР:

- ♦ партнёры, акционеры, смежники, союзники, контрагенты, клиенты, конкуренты (личности и компании);
- ♦ объединения компаний, слияния, поглощения, кризисные ситуации и т.п.;
- ♦ кадровый состав, как своей компании, так и партнёров, конкурентов и т.д., а также кадровые изменения, их динамика;
- ♦ торговый оборот, бюджет и его распределение;
- ♦ заключённые договоры и соглашения.

#### ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

К источникам получения информации об объектах относят СМИ, объявления, рекламу, внутрифирменные, банковские и правительственные отчёты, базы данных, экспертные отчёты, результаты анализа или специальной обработки данных и др. Основные источники информации, используемые при КР, представлены в *таблице*. Наиболее широко используются для сбора информации открытые источники (*рисунок*).

информационных услуг;

- ♦ средства массовой информации;
- ♦ общественные организации;
- ♦ частные лица.

Специалисты отмечают, что поиск информации в Интернете без использования поисковых средств, только путём просмотра отдельных веб-сайтов носит выборочный и случайный характер и крайне непродуктивен. В связи с этим рекомендуется использовать специальные средства информации в Интернете, которые можно условно разделить на несколько подгрупп: средства поиска на отдельных сайтах; подборки ссылок; каталоги; поисковые системы; метапоисковые системы; системы мониторинга и контент-анализа; экстракторы объектов, событий и фактов; системы Knowledge Discovery, Data Mining, Text Mining; специализированные системы КР; интегрированные системы [7].

Более подробно на них остановимся во второй части статьи. В заключение первой отметим, что существуют сотни сервисов, скрытых баз данных, бесплатных источников по поиску бизнес-информации и КР. Смогут ли библиотеки оказывать помощь бизнес-сообществу в вопросе нахождения наиболее полезных и эффективных средств поиска, напрямую зависит от уровня квалификации сотрудников. ■

#### ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Чему хотел научиться белорусский бизнес в 2015 году? / Аспект: тренинговый портал. – 2015. – Режим доступа: [http://ta-aspekt.by/Chemu-hotel-nauchitsya-belorusskiiy-biznes-v-2015-godu\\_2016\\_1\\_15](http://ta-aspekt.by/Chemu-hotel-nauchitsya-belorusskiiy-biznes-v-2015-godu_2016_1_15). – Дата доступа: 1.04.2016.
2. Пара слов о Школе бизнес-исследований / Businessresearch // Businessresearch school — идея и воплощение от Студии Сорокина & Куликович. – 2014. – Режим доступа: <http://businessresearch.by/>. – Дата доступа: 28.03.2016.

3. Лёвкин И.М. Добывание и обработка информации в деловой разведке / И.М. Лёвкин, С.Ю. Микадзе – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 460 с. – Режим доступа: <http://books.ifmo.ru/file/pdf/1700.pdf>. – Дата доступа: 28.03.2016.
4. Объем информации в мире будет удваиваться каждые два года // Российская газета. – 2013. – 24 мая. – Режим доступа: [http://polit.ru/news/2013/05/14/jump\\_bigdata/](http://polit.ru/news/2013/05/14/jump_bigdata/). – Дата доступа: 28.03.2016.
5. Юшук Е. Почему нельзя переоценивать

роль Интернета в конкурентной разведке? / Е. Юшук // Блог «Конкурентная разведка». – Режим доступа: <http://ci-razvedka.ru/Internet-v-Konkurentnoy-Razvedke.html>. – Дата доступа: 28.03.2016.

6. Додонов А.Г. Конкурентная разведка в компьютерных сетях / А.Г. Додонов, Д.В. Ландз, В.В. Прищеп, В.Г. Пулятин – К.: ИПРИ НАН Украины, 2013. – 248 с. – Режим доступа: <http://poiskbook.kiev.ua/art/krks/mon-kr-17-09.i3.pdf/>. – Дата доступа: 28.03.2016.