

# Чему библиотекари могут научить бизнес?



АВТОР

**Инна Викторовна ЮРИЙ,**  
заместитель директора  
Научной библиотеки  
Белорусского  
национального  
университета

ОКОНЧАНИЕ

Начало в предыдущем номере

В нестабильных рыночных условиях информация крайне важна для принятия управленческих решений и выработки грамотной маркетинговой стратегии. В связи с этим бизнес-структуры, стремящиеся к достижению успеха, всё активнее используют средства и методы конкурентной разведки (КР) для сбора, анализа и распространения информации о конкурентах и партнёрах, об их надёжности, планах и перспективах развития, о направлениях технических разработок и т.д.

**К**ак мы выяснили ранее (см. «Университетская КНИГА», май 2016 г.), наиболее часто используемым каналом для поиска бизнес-информации в процессе КР являются открытые источники Интернета. Вместе с тем в условиях стремительного развития цифровой среды эффективность поиска информации и дальнейшего её использования напрямую зависит от осведомлённости специалиста по КР о различных информационных системах и специальных методиках поиска и извлечения необходимых сведений, выявления неочевидных закономерностей и связей и др.

В первой части статьи были представлены отдельные примеры софта и сервисов для профессионального поиска. В второй мы сделаем акцент на специальных средствах, которые эксперты в области КР условно разделяют 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 [1].

Средства поиска на отдельных сайтах и подборки ссылок не требуют специальных пояснений. Отметим лишь, что их состав формируется в соответствии с целями и задачами КР конкретной компании.

На наш взгляд, интерес с точки зрения поиска бизнес-информации могут представлять следующие зарубежные открытые источники:

- ♦ [www.thomasnet.com](http://www.thomasnet.com) — **Thomas Register of American Manufacturers** — регистр американских производителей Томаса — справочник, содержащий подробную информацию о 700 тыс. дистрибуторов, производителях и обслуживающих компаниях США и Канады;

- ♦ [www.sec.gov/edgar.shtml](http://www.sec.gov/edgar.shtml) — **EDGAR Database (U.S. Companies)** — указатель интернет-ресурсов, содержащих материалы о доходах американских фирм, зарегистрированных Комиссией по обмену и безопасности;
- ♦ <http://fita.org/webindex> — **FITA Global Trade Portal** — база данных Федерации Международных торговых ассоциаций (FITA), содержащая более 8 тыс. интернет-адресов торговых ассоциаций и коммерческих веб-ресурсов;
- ♦ [www.forbes.com/tool/toolbox/forbes500s](http://www.forbes.com/tool/toolbox/forbes500s) — **Forbes 500 Annual Directory** — база данных, предоставляющая возможность поиска информации по следующим параметрам: категория продаж, рыночная стоимость, актив, доходы, а также вид производства;
- ♦ <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=Global-Economic-Monitor-%28GEM%29> — **Global Economic Monitor (GEM)** — база данных, включающая прогнозы цен на сырьё, а также основные макроэкономические показатели более 130 стран;
- ♦ <http://globaledge.msu.edu> — **GlobalEDGE: international business information and research** — интернет-портал Международного бизнес-центра штата Мичиган (США), предоставляющий доступ к мировым электронным ресурсам по бизнесу, экономике и финансам;
- ♦ [www.artnet.com/?N=1](http://www.artnet.com/?N=1) — **Artnet** — крупнейший ресурс по купле, продаже и поиску произведений искусства в режиме онлайн. Обеспечивает доступ к 1 тыс. арт-галерей из 250 городов всех стран мира. Портал предоставляет самую свежую информацию о рынке произведений искусства, интернет-магазин, путеводитель по рынку произведений искусства, ежедневно обновляемый раздел новостей, обзоры, каталог цен, материалы из Энциклопедии искусства;

♦ [http://ci-razvedka.ru/Themes\\_Pages/Companies\\_and\\_citizens\\_at\\_open\\_catalogue.html](http://ci-razvedka.ru/Themes_Pages/Companies_and_citizens_at_open_catalogue.html) — подборка открытых источников для КР, в которой представлена официальная информация о российских, украинских и белорусских предприятиях и гражданах, размещённая в открытом доступе.

Характеристика остальных средств поиска представлена в *таблице* [1].

Важной проблемой является поиск информации в «невидимом» («скрытом», «глубинном») Интернете. Подробнее об этом феномене можно узнать из книги Евгения Ющука «Интернет-разведка. Руководство к действию», фрагменты которой размещены на его сайте «Конкурентная разведка» в разделе «Невидимый Интернет» (<http://ci-razvedka.com>).

Для извлечения информации из «невидимого» Интернета также существуют специальные сервисы. Приведём несколько примеров:

♦ <https://books.google.com/books?hl=ru> — Google Book Search — поиск книг;

♦ <https://scholar.google.com/?hl=ru> — Google Scholar — поиск научных документов;

♦ <https://code.google.com/> — Google Code Search — поиск программного кода;

♦ [www.ihs.com/products/design-standards-software-goldfire.html](http://www.ihs.com/products/design-standards-software-goldfire.html) — система, позволяющая обрабатывать контент «невидимого» Интернета, размещённый на более чем 2 тыс. сайтов правительственных, академических, исследовательских и коммерческих организаций США;

♦ <http://r-techno.com/rtechno/inteltechno/webinsight> — поисковый сервис по «невидимой» части сети Интернет, а именно по документам ФНС, ФССП, Пенсионного фонда, ФАС, Трудовой инспекции, ФРС, МЧС, Арбитражного суда, МВД, ФСБ, а также по документам правоохранительных, контрольных и надзорных органов стран СНГ: Украины, Узбекистана, Казахстана, Беларуси, Молдовы, Приднестровья, Таджикистана, Азербайджана, Киргизии, Абхазии и т.п.

Специалисты отмечают, что для успешного ведения конкурентной разведки в компании должен быть создан и поддерживаться банк данных, включающий базы данных по таким темам, как:

♦ конкуренты (действующие и потенциальные);

♦ информация о рынке (тенденции, номенклатурная, ценовая, адресная информация);

♦ технологии (продукты, выставки, конференции, ГОСТы, качество);

♦ ресурсы (сырьё, человеческие и информационные ресурсы);

♦ законодательство (международные, центральные, региональные и ведомственные нормативно-правовые акты);

♦ общие тенденции (политика, экономика, региональные особенности, социология, демография) [1].

Безусловно, основными источниками информации для создания таких корпоративных баз данных явля-

ются Интернет, пресса, открытые базы данных. Вместе с тем представляющие особую ценность для нужд КР обзоры товарного рынка, информация о новых технологиях, создании партнёрств, слияниях и поглощениях и т.д., как правило, содержатся в специализированных базах данных, доступ к которым предоставляется на платной основе.

В этом контексте библиотеки, имеющие доступ к подписным информационно-аналитическим базам данных по финансам и экономике и базам данных СМИ, обладают большим потенциалом. Содержание библиотечного модуля в программе «Школы бизнес-исследований» включает не только знакомство с такими базами данных, но и методы извлечения информации из них, примеры ситуаций и задач, которые могут решаться с их помощью в процессе КР.

Как показывает практика, особый интерес у бизнес-аналитиков вызывают следующие электронные ресурсы: информационно-аналитические продукты и решения компании Thomson Reuters и агентства Bloomberg, предоставляющие доступ к важной экономической и финансовой информации; аналитические базы данных для исследования рынка Euromonitor International, Emerging Markets Information Service (EMIS), базы данных EBSCO по бизнесу и экономике; базы данных мировых служб, занимающихся предоставлением доступа к деловой и аналитической информации (LexisNexis, Factiva), и российских («Интегрум», «Диалогия» и Public.Ru). Более подробно перечисленные электронные ресурсы представлены в лекционных материалах, размещённых на сервисе slideshare.net [2, 3].

Обратная связь с организаторами и слушателями образовательного проекта «Школа бизнес-исследований» показывает, что модуль по поиску коммерческой информации и КР — один из самых насыщенных по контенту и объёму полезных ссылок. При этом полученная в процессе обучения информация об источниках, методах и технологиях поиска коммерческой информации в целях КР является для слушателей новой на 90–98%. Для подтверждения этого приведём лишь некоторые комментарии участников группы «Школа бизнес-исследований» в Facebook:

♦ *«Ваши выступления и презентации как сундук с сокровищами: настолько прекрасными, полезными и ценными они были!»;*

♦ *«Была удивлена глубиной проработки темы о существующих в мире базах данных: оказывается, в библиотеках серьёзно занимаются их изучением, а к некоторым есть доступ в БНТУ, Президентской и Национальной библиотеках. Новой информации довольно много, всё хорошо структурировано и максимальной информативно (ссылки, комментарии, примеры). Занимаясь маркетинговыми исследованиями уже длительное время, я всё-таки давно не рассматривала библиотеки как важный источник информации, помня время, когда необходимо было брать подшивку* →

СРЕДСТВА ПОИСКА ДЛЯ КР

Средства поиска	Характеристика	Сфера применения	Примеры
Каталог	Иерархическая система, обеспечивающая классификацию информации. Каталоги работают не с индексами, а с описаниями ресурсов Интернета. Они наполняются веб-мастерами или специальными редакторами, которые анализируют информационные ресурсы Сети	Применяются при необходимости найти в Интернете группы информационных ресурсов на определённую, достаточно узкую, тематику, например сайтов, предоставляющих контактную информацию организаций	Yahoo!, OpenDirectory, «Яндекс» и др.
Информационно-поисковая система (ИПС)	Обеспечивает отбор, индексирование и поиск информации на основе индекса	Применяется для поиска информации по специфическим вопросам или для обеспечения полноты охвата ресурсов, например при необходимости найти сайт конкретной организации или дать ответ на какой-либо вопрос	Google, Baidu, Bing, MSN, «Яндекс» и др.
Метапоисковые системы	Надстройки над поисковыми системами и электронными каталогами, которые не имеют собственной базы данных (индекса) и при поиске по предписанию пользователя самостоятельно формируют запросы для нескольких внешних поисковых средств, а затем анализируют полученные результаты и выдают список ссылок в порядке, определяемом соотношением рейтингов ответа сразу по нескольким средствам поиска. Их главное достоинство – умение рассылать вводимые в них запросы по другим системам, а затем суммировать результаты. Это в определённой степени гарантирует полноту полученных результатов, однако, учитывая различия в подходах к обработке терминов разными системами, результат может оказаться не всегда релевантным запросу	Наиболее эффективны на начальных этапах поиска информации. Помогают локализовать средства поиска, в которых присутствуют сведения об искомой пользователем информации	MetaCrawler, Mysearch.com, Dogpile, Nigma и др.
Системы мониторинга и контент-анализа	Обеспечивают регулярный поиск и скачивание информации по заданным темам с определённых сайтов, а также анализ содержания полученных документов. Такие системы в основном обладают развитым языком запросов, что позволяет существенно детализировать и конкретизировать их по сравнению с обычными поисковыми системами. Также такие системы хранят в своих базах данных полные тексты исходных документов, что обеспечивает их сохранность и возможность обработки и контент-анализа. Существенным преимуществом таких систем является то, что сложные запросы, состоящие из десятков или сотен поисковых слов и выражений, однажды составленные аналитиком – знатоком предметной области, могут быть сохранены в виде каталогизированного запроса или рубрики и в дальнейшем вызываться автоматически либо вручную из сохранённого списка для проведения поиска или контент-анализа	Предназначены для установления связей между темами, понятиями и объектами мониторинга, выявления эмоциональной окраски документов, проведения анализа динамики появления тех или иных документов, осуществления сравнительного анализа информационной активности по различным тематикам и т.д.	СКАИ (Система контент-анализа сети Интернет), проект ВААЛ и др.

изданий и буквально по крупицам выискивать новую информацию. В эпоху Интернета такой способ казался уже нерациональным. Однако сейчас библиотеки продвинулись далеко вперёд, оцифровав печатные издания, сделав удобную навигацию и поиск. Они становятся хорошим источником для конкурентной разведки и рыночных исследований»;

♦ «Вся информация была для меня новой. Вышел с впечатлением: да, хорошие ресурсы, нужно бы попробовать, но по-настоящему оценил материалы после того, как проделал домашние задания. Появилось

желание изучить базы данных, не включённые в домашнее задание».

Отвечая на поставленный в заглавии статьи вопрос, отметим, что библиотекари могут принести ощутимую пользу бизнесу в вопросах нахождения наиболее полезных источников и эффективных методов и средств поиска коммерческой информации, в проведении мониторинга различных объектов в целях КР, в оценке достоверности получаемой информации и др. Опыт участия сотрудников Научной библиотеки БНТУ в образовательном проекте по подготовке бизнес-иссле-

## СРЕДСТВА ПОИСКА ДЛЯ КР

Средства поиска	Характеристика	Сфера применения	Примеры
Экстракторы объектов, событий и фактов	Выделяют из потока информации неизвестные ранее объекты, события или факты, которые соответствуют определённому заранее заданному типу	Предназначены для автоматического анализа и нахождения взаимосвязей между документами, людьми и информацией в пределах всей организации. Данные системы умеют выявлять новые знания и закономерности. Например, система может самостоятельно, без участия человека, сделать вывод о факте знакомства между людьми, основываясь на имеющихся в системе данных об окончании ими одной и той же школы и учёбе в одном классе в одном и том же населённом пункте	Knowledge Discovery System и Share Point Portal Server
Специализированные системы для КР	Могут включать одно или несколько из перечисленных выше поисковых средств, специально настроенных под эти специфические задачи. Помимо этого, потребности КР предполагают в качестве источников информации кроме полнотекстовых документов из Интернета ещё и доступные в Сети базы данных, принадлежащие организации документы, таблицы и базы данных, а также формализованные и неформализованные документы и базы данных, добытые из других источников	Позволяют анализировать не только рынки товаров и услуг, но и вкусы и предпочтения отдельных клиентов	Системы, осуществляющие поиск файлов (FileSearch.ru, Files.ru и др.), новостей в электронных СМИ («Google новости», «Яндекс новости» и др.), товаров в определённых типах магазинов: в книжных или компьютерных («Яндекс маркет», «Торг.ru» и др.), людей (например, «Яндекс поиск людей», «Белые страницы России», Yahoo! PeopleSearch и др.), информации в музыкальных архивах («Яндекс музыка», MP3Search); изображений («Яндекс картинки», «Google картинки») и др.
Интегрированные средства	Включают в себя не только все доступные поисковые средства, но также интегрированный банк выявленных (добытых) и логично правильно связанных между собой данных, информации и знаний	Такие системы концептуально должны предполагать реализацию следующих трёх принципов: единое информационное пространство взаимосвязанных объектов и фактов независимо от типа их источников или контента; сохранение связи объектов и фактов с релевантными данными и источниками информации (аргументированность); исторически-пространственная модель банка данных системы, что предполагает наличие у всех объектов учёта атрибутов времени и места, а также невозможность их безвозвратного удаления из системы	Собственные разработки компаний

дователей и аналитиков, разработанном и реализованном ООО «Студия Сорокина и Кулинкович», подтверждает этот вывод.

Современная среда функционирования библиотеки открывает широкие возможности для вовлечения в библиотечное обслуживание коммерческих структур,

но их реализация в большой степени зависит от профессиональных качеств и навыков библиотекарей. В заключение приведём цитату из работы Н.В. Лопатиной: «Воспроизводство библиотеки в современных условиях — это результат квалифицированной деятельности библиотекаря» [4]. ■

## Литература

1. Додонов А.Г. Конкурентная разведка в компьютерных сетях / А.Г. Додонов, Д.В. Ланда, В.В. Прищепа, В.Г. Путятин. – Киев: ИПРИ НАН Украины, 2013. – 248 с. – Режим доступа: <http://poiskbook.kiev.ua/art/krks/mol-kr-17-09.13.pdf>. – Дата доступа: 28.03.2016
2. Юрик И.В. Конкурентная разведка [Электронный ресурс] / И. Юрик. – Режим

доступа: [www.slideshare.net/HRPRCamp/ss-52687140](http://www.slideshare.net/HRPRCamp/ss-52687140). – Дата доступа: 03.05.2016.

3. Скалабан А.В. Поиск коммерческой информации [Электронный ресурс] / А. Скалабан. – Режим доступа: <http://www.slideshare.net/aleshka17/ss-52669059>. – Дата доступа: 03.05.2016.

4. Лопатина Н.В. Библиотекарь в профессиональной структуре общества: теоретико-методологический подход: дис. ... д-ра пед. наук: 05.25.03 / Н.В. Лопатина. – М., 2015. – 375 с.