

Елизавета Камилова

Эксперт-менеджер информационно-библиографической службы
Научная библиотека Назарбаев Университета

О некоторых аспектах поиска коммерческой информации

В данной статье рассмотрены понятия коммерческой информации и показан пример возможного поиска коммерческой информации в поисковой системе Google и в бизнес-ресурсах. Выявлена и обоснована необходимость владения навыками поиска в бизнес-ресурсах.

Ключевые слова: коммерческая информация, навыки поиска, бизнес-ресурсы.

Всемирное академическое сообщество ежедневно сталкивается с трудностями поиска достоверной, актуальной и, конечно же, релевантной информации в глобальной сети Интернет. Немало статей и дискуссий посвящено тому, как ежеминутно информационный «ком» увеличивается в размерах и тем самым все более усложняет процесс поиска нужной информации.

Коммерческая информация, как одна из составляющих на сегодняшний день академической и научной информации, является одним из наименее разработанных видов информационных ресурсов, который имеет свои специфические черты. С открытием в высших учебных заведениях таких учебных программ, как MBA, EMBA, увеличился спрос среди студентов на литературу и материалы в области коммерции, что, в свою очередь, ставит задачу перед библиотекарями предоставления доступа к соответствующей информации.

С целью рассмотрения различных аспектов поиска коммерческой информации предлагается использовать следующее определение термина «коммерческая информация»:

«Коммерческая информация – это данные, извлекаемые из деловой документации предприятия, по вопросам сбыта вырабатываемой продукции и получаемые от партнеров в порядке информационного обмена. К ним относятся: заявки и заказы торговых организаций, материалы служб изучения рынка предприятий, организаций и учреждений торговли (материалы о движении товаров в оптовых и розничных организациях, конъюнктурные обзоры, предложения по текущей замене ассортимента, стоимость акций и ценных бумаг и т.п.)» [1].

Для сравнения можно рассмотреть определение из учебника для высших учебных заведений «Коммерческая деятельность»:

«Коммерческая информация – это сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг. Сюда относят количественные и качественные показатели торговой деятельности фирмы (коммерческой структуры, торгового предприятия и т.п.), различные сведения и данные о коммерческой деятельности (цены, поставщики, конкуренты, условия поставок, расчеты, ассортимент товаров и др.)» [2].

Возникает вопрос, где искать коммерческую информацию? Как правило, когда речь идет о поиске информации, то, прежде всего, обращаются ко всем известной поисковой системе Google с целью поиска информации в глобальной сети Интернет. При использовании автором статьи в качестве поискового выражения «ценные бумаги компании «Херох»», которое подходит под определение термина «коммерческая информация», был получен результат: 335000 документов и ссылок. Просмотреть или прочитать такое количество материалов физически невозможно. При этом, в качестве первых результатов поиска выдаются, как правило, рекламные материалы, то есть, это информация компаний брокеров и метатрейдеров, которые предлагают купить их услуги по покупке и продаже ценных бумаг, что не являлось главной целью проведенного поиска. Что касается релевантности результата поиска с ключевыми словами, то Google предлагает ознакомиться со списком сайтов-визиток, на которых можно просмотреть общую информацию о компании «Херох», но нет информации о ценных бумагах компании, их стоимости и процессе их покупки.

Листая результаты поиска, можно увидеть рекламу печатных машин данной компаний, что не имеет отношения к искомому материалу. Далее Google предлагает ознакомиться со значением термина «ценные бумаги» при помощи Wikipedia, что также вызывает сомнение в точности найденных поисковиком данных, поскольку сайт Wikipedia может редактировать «каждый» посетитель.

Не стоит забывать про еще один немаловажный фактор – это актуальность информации. Недатированная справочная и статистическая информация не может быть использована для исследования. Таким образом, результат поиска в Google выдал данные с сайтов, которые были устаревшими или вовсе без даты обновления, а в бизнесе, как и в других сферах деятельности, «свежесть» информации имеет большую ценность. Например, на сайте пресс-центра компании «Херох» последнее обновление было 11 января 2017 года (на 10.05.2017).

Поскольку приведенные выше результаты поиска с помощью поисковой системы Google можно признать неудовлетворительными, то автор статьи обратился к специализированной базе данных, на которую подписана библиотека Назарбаев Университета (НУ), а именно БД *CRSP* (*Center for Research in Security Prices*) (*Центр Исследования по Ценным Бумагам*). После ввода соответствующего запроса, ресурс выдал документ, в котором содержалась релевантная запросу информация: наименование компании «Херох», ее адрес, владельцы, стоимость акции и т.д.

Следующий вопрос, на который нужно было найти ответ в ходе проводимого исследования: для кого предназначена коммерческая информация? Как оказалось в ходе анализа работы с информационными источниками в высшей школе бизнеса НУ, и студенты, и преподаватели, и исследователи нуждаются в помощи при поиске коммерческой информации. Чаще всего, запросы поступают на такие темы, как: где и как найти информацию по частным компаниям, где нужно искать статьи со SWOT-анализами предприятий, в каких базах данных можно найти стоимость акции определенной организации. Таким образом, профессорско-преподавательский состав, студенты, исследователи, и все академическое сообщество нуждается в подлинной, актуальной и качественной коммерческой информации и является ее целевой аудиторией. Для сопровождения научных исследований и процесса обучения, библиотека НУ формирует подписку на пользующиеся спросом в университете информационные ресурсы. В ходе выполнения функций предметного библиотекаря при высшей школе бизнеса было отмечено, что у пользователей возникают следующие проблемы при работе с подписными бизнес-ресурсами: правильный выбор базы данных, недостаточные умения и навыки работы с такими специфическими ресурсами, как БД бизнес-информации, адекватный информационной потребности подбор ключевых слов и т.п. Например, для работы с платформой *Wharton Research Data Services*, которая предоставляет доступ к базам данных: *Compustat Global*, *Center for Research in Security Prices (CRSP)*, *China Stock Market Trading Database (CSMAR)* (*Китайский Фондовый Рынок*) необходимы определенные навыки поиска. При поиске в базе данных *Compustat Global* годовых, квартальных отчетов международных компаний необходимо подбирать код компании (GVKEY, ISIN, SEDOL, SIC и т.д.), применять индексы переменных данных (BUSDESC, EIN, DLRSN, ISMOD и т.д.), принять решение о формировании выходных данных в одном из предлагаемых форматов: html, excel, fixed-width text. Специфика работы с базой *CRSP* требует и таких навыков, как: для поиска цен на акции компании нужно использовать

другие виды кодов (TICKER, PERMNO, CUSIP, SICCD и т.д.), применять переменные данные (Security Status, Price Alternate, Closing Bid и т.д.). Такие же специфические моменты поиска нужно учитывать и при работе с *CSMAR*: определять значения таких данных, как: Financial Data (финансовые данные), Trading Data (данные о торгах), Daily Trading Data (ежедневные данные по торгам), уметь составить баланс, определить данные по потоку наличных денег, распределение капитала и т.д. Специфика работы с Bloomberg Terminals (Терминал Блумберг) требует умения распознавать поток финансовых данных. При помощи терминалов предоставляется доступ к первоисточникам таких коммерческих данных, как: современное состояние фондового рынка, цены на акции международных компаний, а также данный ресурс является платформой для онлайн торгов и связи между финансовыми менеджерами.

Одной из проблем, с которой сталкиваются в ходе поиска коммерческой информации, является сам доступ к такого рода информации. Библиотеки высших учебных заведений зачастую испытывают недостаток выделяемых на комплектование и подписку финансовых средств, и, кроме того, подписка на абсолютно все существующие ресурсы и базы данных по бизнесу невозможна. Поэтому библиотекари могут помочь пользователям при поиске коммерческих данных путем предоставления ссылок на сайты компаний (при наличии таковых сайтов), либо посредством формирования источника (списка, базы) открытых баз данных, содержащих необходимую информацию. Например, для поиска коммерческой информации по всему миру существует бесплатный онлайн журнал *Bloomberg News* (www.bloomberg.com), на сайте которого можно найти актуальные новости по компаниям и финансовым событиям. *Forbes* (www.forbes.com) – это ресурс, который предоставляет возможность поиска информации по следующим параметрам: категория продаж, рыночная стоимость, актив, доходы, а также виды производства. Также существует возможность подписки на новостные рассылки, что дает возможность быть в курсе бизнес-событий, получая письма от издательства. *Thomas Register of American Manufacturers* (www.thomasnet.com) – это справочник, содержащий подробно категоризированную информацию о дистрибьюторах, производителях и обслуживающих компаниях США и Канады.

В открытом доступе коммерческую информацию о казахстанских компаниях можно найти на официальных сайтах национальных компаний, либо в маркетинговом справочнике *KAZDATA* (www.kazdata.kz), либо в *БАЗЕ ДАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАЗАХСТАНА* (www.memst.kz). Также существует бизнес-справочник *3KLIK.KZ* (www.3klik.kz), в котором можно найти информацию о предприятиях и организациях

Казахстана. Есть новостной журнал *FORBES.KZ* (www.forbes.kz), на сайте которого доступны актуальные новости в сфере бизнеса и финансов Казахстана. Также сайт *Акимата Астаны* является площадкой для поиска релевантной информации. Например, на сайте можно найти информацию по инвестированию, о центре по обслуживанию инвесторов и советы о том, как открыть собственный бизнес. Можно воспользоваться сайтом *Министерства финансов Республики Казахстан*, чтобы ознакомиться с процедурой банкротства, с бизнес-статистикой, прочитать аналитические отчеты министерства и т.д.

В рамках национальной подписки на зарубежные ресурсы *Springerlink* и *Web of Science* у высших учебных заведений Республики Казахстана есть возможность получать качественную и достоверную коммерческую информацию, поскольку в данных ресурсах присутствуют такие предметные рубрики, как: бизнес и менеджмент, экономика, статистика и т.д. Например, при выборе предметной рубрики «бизнес и менеджмент», ресурс *Springerlink* выдал результат: 32264 документа, а поиск в *Web of Science* по ключевым словам «бизнес и менеджмент» выдал 66057 документов.

Предоставление только доступа к открытым источникам коммерческой информации и в рамках национальной подписки не является достаточным, поскольку для того, чтобы найти нужную информацию, нужно владеть навыками поиска, и им необходимо обучать пользователей. Для таких целей в библиотеке НУ имеется ряд услуг и возможностей. *Предметный библиотекарь* работает с определенной школой (факультетом) и, тем самым, учитывает специфику и потребности своей школы. В круг обязанностей предметного библиотекаря входят такие, как: поиск и заказ необходимой научной литературы, мониторинг новых баз данных для подписки по тематике школы. При необходимости, либо по приглашению профессорско-преподавательского состава, предметный библиотекарь проводит *One Shot Sessions* (сессии на определенную тему). Тематики данных сессий могут быть самыми разными. Для высшей школы бизнеса были подготовлены сессии на такие темы, как: «Поиск коммерческой информации. Обзор бизнес-ресурсов», «Поиск и исследование компаний». Также совместно с профессором высшей школы бизнеса было проведено мероприятие на тему: «День финансовой грамотности». Одно из направлений деятельности предметного библиотекаря – это разработка руководств *LibGuides* (тематических путеводителей). Для студентов и преподавателей высшей школы бизнеса НУ были разработаны руководства на такие темы, как: поиск информации в журнале «Harvard Business Review» и «Financial Literacy». Следует отметить, что для создания такого рода руководств предметные

библиотекари должны владеть навыками по работе с языками гипертекстовой разметки HTML и CSS.

Еще одна услуга, предлагаемая тематическим библиотекарем своим пользователям, – это *Make an Appointments* (Консультация с Библиотекарем). Услуга доступна для всех пользователей библиотеки Назарбаев Университета. В течение часа или более библиотекарь помогает в исследовательской работе, в поиске информации либо при работе с инструментами цитирования.

В заключение хотелось бы отметить, что в данной статье рассмотрены лишь некоторые аспекты поиска коммерческой информации. В ходе проведенного исследования было выявлено, что процесс поиска коммерческой информации может быть затруднен из-за отсутствия у пользователя ясного представления и знаний о том, где искать коммерческую информацию, на какую целевую аудиторию тот или иной источник информации рассчитан, каковы особенности поиска в той или иной БД. Важно как обеспечить доступ к коммерческой информации, так и владеть навыками ее поиска. И обучить пользователя таким навыкам – задача библиотекаря, которому самому необходимо постоянно совершенствоваться и развиваться в этой сфере информационной деятельности. Для повышения профессиональной квалификации путем самообучения необходимо изучать не только библиотечные и библиографические предметы, но и приобретать знания, умения и навыки в других предметных областях, для изучения которых могут быть полезны бесплатные обучающие курсы, размещенные на таких платформах, как: COURSERA (www.coursera.org), Open Culture (www.openculture.com), Open2Study (www.open2study.com). Онлайн курс на данных платформах можно пройти бесплатно и получить сертификат о его успешном завершении.

Использованная литература

1. Голощапов, Н. А. Словарь справочник аудитора / Н. А. Голощапов. – М.: «Экзамен», 1999. – 124 с.
2. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов. – М.: «Дашков и К°», 2012. – 62 с.