**Коммерческая информация**

Коммерческая информация - это информация по компаниям, фирмам, корпорациям, направлениям их работ и выпускаемой продукции, финансовом состоянии, деловых связях, сделках, руководителях, а также деловые новости в области экономики и бизнеса, предоставляемые информационными службами.

Коммерческая информация представляется в виде электронных баз данных или печатных изданий, которые периодически обновляются. БД могут быть узко специализированными и содержать информацию, характеризующую одну из сторон деятельности предприятий, либо комплексную информацию, содержащую полную характеристику фирм.

**Информация по предприятиям и организациям**

Эта информация включает в себя, как правило, название и адрес предприятия, фамилии его руководителей, специализацию, имеющееся оборудование и выпускаемую продукцию.

Информация представляется в виде баз данных или печатных изданий: газет, журналов, каталогов, справочников, бюллетеней.

В настоящее время сектор деловой печатной информации характеризуется высокой конкуренцией, насыщением рынка и, как следствие, высокими требованиями со стороны читателей к качеству содержания изданий. По мере укрепления определенных секторов товарного рынка проявляется тенденция усиления их влияния на формирование информационной инфраструктуры, а иногда слияние и кооперация с издательскими фирмами.

Нестабильность экономической ситуации, периодичность (месяц, квартал) делает информацию, помещенную в достаточно дорогие печатные издания типа каталогов, устаревшей, т.е. недостоверной. Этого недостатка лишена информация, представленная в электронном виде - она оперативно обновляется.

Наибольшим спросом пользуются два вида деловой информации: адресно-справочные базы данных и информация по коммерческим предложениям фирм. В настоящее время на рынке присутствует более сотни различных баз данных коммерческой информации по предприятиям и продукции России. Среди них :

Адресно-справочные базы данных

"Регистр РАУ-Пресс" АО "РАУ-Корпорация"

"Производители продукции и услуг" АСУ-Импульс

''WА-2 Регистр" WА-2 Международной корпорации Компас Россия

"Регистр" ТОО "Кварт"

"Бизнес-карта" АО "АДИ"

Помощь в поиске торгового партнера можно получить из баз данных "Партнер", "Инфопартнер" Информационного центра НПО "Социум".

Информацию по мировым и отечественным ценам на товары производственно-технического назначения предоставляет по подписке Центр международной коммерческой информации.

**Телеконференции**

Другим видом распространенных информационных услуг в коммерческом секторе информационного рынка являются телеконференции, предоставляющие информацию на определенную тему по подписке, аналогично подписке на печатные издания и пересылаемую чаще всего через электронную почту.

Эта услуга полезна в работе с коммерческими предложениями, в изучении рынка сбыта товаров, может помочь в поиске коммерческих партнеров.

Наибольшее распространение в России получили телеконференции сети Релком, в которой часто вместо темы обсуждения проблем объявляется тема публикации объявлений по купле-продаже конкретных видов товаров и услуг.

Существуют мировые системы коммерческих объявлений, например, World Trade Center (WTC), обьединяющая 140 торговых центров мира и около 4000 участников внешнеэкономической деятельности в 75 странах Европы. [ 42 ]

**Списки рассылки сообщений**

Существует большое число списков рассылки, посвященных какой-либо теме. Пользуясь ими, можно анализировать мнения, комментарии, новости в конкретной профессиональной области.

Например, Северная Голландия имеет список рассылки ECONlist. Он содержит перечень девяти экономических журналов и выходит приблизительно раз в две недели. Для включения своего адреса в список рассылки необходимо послать электронное письмо организатору списка с просьбой о включении в число абонентов по данному вопросу.

Адрес : listserv@elsevier.nl . В первой строке письма указать строку с выбранной тематикой: " subscribe casecon-c", а в следующей строке "ECONbase".

Большое число коммерческих телекоммуникационных сетей, предоставляющих доступ к коммерческой информации, позволило создать интегрированные базы данных, объединяющие наиболее интересные предложения нескольких сетей и систем.

В качестве примера можно назвать базы данных :

"Коммерческая, рекламная, ценовая информация"

(доступна абонентам МЦКИ "Ларике")

БД "Классифицированные коммерческие предложения абонентов сети Релком"

(доступна абонентам сети Rembrok

"Коммерческие предложения компьютерных сетей" и "Коммерческие предложения телеграфных сетей ВПК"

(доступны абонентам сети Роснет)

Достаточно полезны аналитические обзоры состояния товарных и финансовых рынков и тенденций изменения цен по группам товаров, предоставляемые Агентством экономических новостей в базе данных "Коммерческий бюллетень".

Среди тех, кто работает с потоком рекламной информации, анализирует и систематизирует его, можно отметить фирмы НИД Информ и Международное бюро информации и телекоммуникаций (МБИТ). Одним из лидеров этого направления можно считать информационное агентство "Мобиле", представляющее свою информацию как в печатном, так и в электронной виде, включая и режим телекоммуникаций - наиболее предпочтительный в этом секторе рынка информации.

В настоящее время базы коммерческих предложений можно рассматривать в качестве стандартного сервиса большинства российских телекоммуникационных сетей.

**Электронные магазины**

Информационные службы-прототипы электронных магазинов имеются в сетях Ремарт (Торговый дом Ремарт) и Ромис (Электронный магазин). На базе PIENet реализована система электронных торгов с учетом всех правил международной биржевой торговли. В сети Ситек имеется "телебазар". В сети Internet распространены электронные магазины и информационные системы, сформированные на базе информационных серверов гипертекстовой информации.

Такие серверы деловой информации созданы и в России. Так, коммерческая информационная служба RELIS, организованная московским узлом АО Relcom, формирует группы новостей по многим тематическим направлениям; новости агентств ИМА-ПРЕСС, Postfactum, Коминфо, АЭН; цены московского рынка и аналитические обзоры; материалы, представленные Московской межбанковской валютной биржей, АО Московского межбанковского дома, Федерации фондовых бирж; предоставляет доступ к системе правовой информации "Консультант", к БД "Деловые бумаги и др. [42]

О большинстве баз данных страны можно узнать из Российской энциклопедии информации и телекоммуникаций МБИТ, имеющейся как в печатном, так и в электронном виде, а также из каталогов "Базы данных России" и "Электронный каталог отечественных баз и банков данных" НТЦ "Информрегистр".

**Информационно-аналитические центры**

Для обеспечения эффективной деятельности предпринимателей Правительство Российской Федерации своим постановлением (? 409 от 29.04.94) одобрило программу государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России, в соответствии с которой была создана сеть из 94 региональных и отраслевых информационно-аналитических центров, а также Федеральный центр сети на базе АО "Инфоцентр".

Основные задачи информационно-аналитических центров [42]

обеспечивать информационно-аналитическую поддержку малого и среднего предпринимательства, а также администраций регионов, в том числе предоставлять информацию федерального и регионального уровней (коммерческую, юридическую, адресную, по инвестиционным проектам и др.)

обеспечивать выход в телекоммуникационные сети

проводить маркетинговые исследования

изучать тенденции развития региона

анализировать инвестиционные проекты и проводить поиск потенциальных инвесторов

обеспечивать расчеты с банком, аудит и т.д.

обеспечение рекламной и издательской деятельности

обучение и консультирование специалистов малого бизнеса

АО "Инфоцентр" создает федеральную базу данных инвестиционных проектов, создает систему сбора и распространения по предпринимательским проектам, инвесторам и инвестиционной привлекательности регионов.

**Информационные корпорации**

Реальным фактом экономической действительности стали информационные корпорации. Они представляют собой экономические структуры, которые объединяют функции как производителя, так и распространителя информации. Многие из таких структур возникли на основе информационных агентств, консультационных фирм, телеканалов и т.д.

Информационные корпорации могут быть классифицированы по разным основаниям. Например, по своему строению. Л.А. Василенко разделяет их в этой классификации на два основных сектора: сектор производства информации - банк данных, и сектор коммуникаций. [42]

Сектор производства информации включает в себя подразделения, ответственные за сбор и обработку информации, ее анализ и подготовку к распространению. В зависимости от характера информации эти подразделения различаются по своей структуре и организации работы. Подбор больших объемов "нестареющей" информации, например полная подборка информации об истории и современном состоянии той или фирмы, осуществляется консультационными фирмами с привлечением групп экспертов. Получение оперативной информации о состоянии рынка, политических событиях производится сетью корреспондентов при использовании современных способов получения информации и т.д.

Коммуникационный сектор также довольно сложен по своей структуре. Современные информационные корпорации объединяют десятки редакций газет, телевизионных каналов, радиостанций, сетей телефонной и компьютерной связи, охватывавших порой всю территорию земного шара. В качестве примера можно привести итоговые данные и общие сведения о деятельности лишь одной из информационных корпораций немецкой Bertelsman AG. Этот холдинг является второй по величине информационной и группой в мире. В 1994/95 гг. Его общий оборот превысил DM20,4 млрд., а валовая прибыль составила DM1.6 млрд. Доля оборота на рынках вне ФРГ достигла в общей структуре группы 65%. На конец 1994 г. персонал Bertelsman превышал 24200 человек.

Необходимо отметить, что в российской экономике в последнее время предпринимаются усилия по формированию подобных информационных корпораций.

В конце 1994 г. создана некоммерческая организация "Российский национальный конгресс по информатике и телекоммуникациям", объединяющая российские предприятия и организации, занятые в сфере информатики и телекоммуникаций. Среди них ТПП РФ, Комитет по информационной политике при Президенте РФ, Государственный комитет РФ по промышленной политике, Российское объединение информационных ресурсов научно-технического развития при Министерстве науки и технической политике РФ, Информационно-технический центр аналитических разработок Администрации Президента РФ, Институт автоматизированных систем, акционерные общества Ростелеком, МБИТ, АЭН, телекоммуникационные сети Роспак, Росист, Релком, Олвит, Ассоциация российских банков и др.

Основные задачи конгресса: объединение информационных и технологических ресурсов субъектов информационного рынка, координация работ по созданию единого информационного пространства в области деловой информации, внедрение передовых технологий и информационных продуктов, телекоммуникационных сетей. В рамках конгресса создана Российская информационная сеть делового сотрудничества - RBSNET.

Акционерное общество "Корпорация "Российская информационная сеть делового сотрудничества" (RBCNet Cоrp) объединяет более 62 территориальных и 12 зарубежных палат с ведущими операторами сетей передачи данных.

Процесс объединения информационных ресурсов и усилий фирм и организаций, работающих в секторе рынка коммерческой информации активно продолжается.