

INSTRUKCJA KORZYSTANIA Z BAZY GMID

BAZĘ MOŻNA PRZESZUKIWAĆ NA TRZY SPOSOBY:

BROWSE REPORTS

Można przeglądać raporty według podanych kategorii, np. raporty globalne, wg krajów, gałęzi przemysłu. Można zobaczyć, jak wygląda handel, sprzedaż w poszczególnych krajach, przyrzeć się głównym ryнком światowej gospodarki, czy też dowiedzieć się o konsumentach w różnych krajach, przejrzeć wszystkie najnowsze raporty z GMID.

KEYWORD SEARCH

Wpisujemy termin wyszukiwawczy. Możemy również tworzyć frazy wyszukiwawcze stosując operatory boolowskie: AND, OR, AND NOT: np.
- wyrażenia „school” AND „poland” – otrzymamy wyniki, gdzie występują zawsze oba wyrażenia;
- połączenie „school” OR „poland” da wynik, w którym wystąpi jakiegokolwiek ze słów połączonych słówkiem OR
- połączenie AND NOT podaje wyniki, w których termin podany przed AND pojawi się w wyniku, a termin po słowie NOT nie wystąpi w wyniku wyszukiwania.

MENU SEARCH

Wybieramy i zaznaczamy do poszukiwań w bazie w kategoriach geograficznych interesujące nas kraje, a w **SELECT CATEGORY** przedmiot poszukiwań, jak np.: transport, rynek konsumencki, wskaźniki ekonomiczne, handel zagraniczny, przemysł, telekomunikacja, czas wolny-styl życia, populacja-domowe gospodarstwa, zasoby naturalne środowiska, sprzedaż detaliczna, rynek usług.

The screenshot shows the GMID website interface. At the top, there is a navigation bar with links: Home, Help / About, Feedback, Search options, Browse reports, and Keyword search. Below this is a search bar with the text "school and (poland or germany)" and a "GO" button. To the left of the search bar is a "Menu search" section with two tabs: "Select geography" and "Select category". Under "Select category", there are several checkboxes for "Statistics", "Analysis", "Companies and Market Share", and "Sources". Below these are various categories like "Consumer markets", "Economic indicators", "Banking and finance", "Financial cards", "Financial services", "International liquidity", "Annual lending rates", "Reserves of deposit money banks", "Consumer expenditure", "Consumer prices and costs", and "Exchange rates". At the bottom of the interface, there are buttons for "FIND", "CLEAR FIND", "NEW SEARCH", and "RUN SEARCH".

Rozwijane menu

W tym miejscu można wpisać poszukiwane słowo kluczowe, bez potrzeby samodzielnego przeszukiwania całego rozwijanego menu. Zostanie szybko wskazane - FIND

Jeśli już mamy wygenerowaną listę terminów, dobrze określających nasze poszukiwania - rozpoczynamy wyszukiwanie – RUN SEARCH

CLEAR FIND – czyści wybrane pozycje z menu, pomija jednak te wcześniej wyselekcjonowane do poszukiwań.

NEW SEARCH - czyści wszystkie wyselekcjonowane terminy i rozpoczyna nowe poszukiwanie.

Menu search ²

Ikony wskazujące na możliwość określenia typu wyszukiwanych informacji: **Statistics, Analysis, Companies and Market Share, Sources.** Dostępne z każdego poziomu poszukiwań.

Wszystkie wyselekcjonowane kategorie, które wcześniej wybraliśmy z **MENU SEARCH** dla naszych poszukiwań, wyszczególnione są w tym miejscu strony. W ten sposób możemy kontrolować nasze wybory haseł dla poszukiwań w bazie GMID, modyfikować je w zależności od potrzeby.

REZULTATY WYSZUKIWANIA W BAZIE GMID – SEARCH RESULTS

Ten link jest najszybszym sposobem na wgląd w cały rezultat wyszukiwania. Wszystkie znalezione raporty są zestawione razem.

W wyniku wyszukiwania zwykle podawane są najnowsze raporty. Archiwalne raporty dotyczące rynku można odnaleźć używając **BROWSE REPORTS**.

Baza daje możliwość przeglądania otrzymanego wyniku wyszukiwania w różny sposób. Po wybraniu z listy jednego raportu, bądź kilku, które nas interesują (odznaczając je na liście) możemy:

- **LOAD DETAILS**: otrzymujemy zestawienie danych w postaci interaktywnego, współpracującego z nami arkusza;
- **BUILD REPORT**: dane są przedstawione w postaci tradycyjnego raportu, bez możliwości modyfikowania danych dla naszych potrzeb;
- **EXCEL format** lub **PDF format** – możliwość przeglądania, zapisania danych do arkusza Excel lub formatu PDF

Report search - Consumer lifestyle ²

Raport w postaci konspektu z linkami do wybranej treści.

Wybieramy np. raport dotyczący konsumentów w Polsce, ich zachowań, stylu życia w Polsce i w ten sposób przechodzimy do pełnego raportu, podzielonego na sekcje.

Poland

	1989	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2011
Inflation (% change)	244.6	7.3	10.1	5.5	1.9	0.7	3.5	2.1
Exchange rate (per US\$)	0.14	3.97	4.35	4.09	4.08	3.89	3.66	- 3
Interest rate	64.0	16.9						5
GDP (% real growth)	3.8	4.1	4.0	1.0	1.4	3.8	5.3	2.3
Total exports (US\$ millions)						27,396.9	31,651.3	36,092.2
Total imports (US\$ millions)						45,903.1	48,940.2	50,275.1
Tourism receipts (US\$ millions)						6,100.0	6,100.0	4,815.0
Tourism spending (US\$ millions)						3,600.0	3,600.0	3,500.0
Urban population ('000)						25,218.6	25,279.4	25,403.2

Link do raportu ukazującego pozycję danego kraju w zakresie wybranego problemu, w rankingu międzynarodowym (porównanie z innymi krajami).

ANALIZA UZYSKANYCH WYNIKÓW WYSZUKIWANIA

Istniejący wynik wyszukiwania można modyfikować w oparciu o kolejne opcje znajdujące się w **SEARCH OPTIONS**.

W tym miejscu podana jest zawsze informacja o wartościach (np. waluta, jednostki miary, ujęcie historyczne-prognostyczne) w jakich przedstawiane są dane, które aktualnie widzimy.

Używając opcji z **CONVERT DATA** możemy modyfikować uzyskane dane, sprawić, iż arkusz danych staje się interaktywny i współpracuje z nami, np.

Time series
Ujęcie historyczne albo prognostyczne
Currency conversions
Wybór waluty
Volume conversions
Litry, hektolitry lub inna jednostka miary
Growth
Dane z tabeli – ujęcie „rok po roku”, okresowe

The screenshot shows the 'Global Market Information Database for Torun School of Banking' interface. It features a top navigation bar with 'Home', 'Help / About', 'Feedback', 'Search options', and 'Browse reports'. Below this is a search bar containing 'historic • current'. A 'Buttons key' section indicates 'see chart for this row'. The main data table displays beer-related statistics for Germany and Poland from 1999 to 2004. The table includes columns for the year and rows for various beer metrics such as 'Off-trade value', 'Off-trade volume', 'Consumer expenditure', and 'Cost of beer per 33cl'. On the left side, there are several interactive panels: 'CONVERT DATA' with options for Time series, Currency conversions, Current/constant, Volume conversions, Unit multiplier, Growth, and Per capita/household; 'CHANGE SELECTION' with dropdowns for geography, category, data types, and years; and 'RELATED DATA' with dropdowns for country reports, company profiles, and companies/shares. At the bottom, there are 'Sources' listed and a copyright notice for Euromonitor Plc 2005.

Dane z tabeli w postaci wykresu. Istnieje możliwość wyboru formy wykresu.

Definicje kategorii, pojęć znajdujących się w tabeli, którą aktualnie widzimy. Możliwość zmiany tych wartości.

The screenshot displays the GMID interface for the report 'Consumer Lifestyles in Poland' dated 23 June 2005. The page is divided into a left sidebar with navigation options and a main content area with text and a table of contents. Annotations in red boxes point to specific features:

- Przyciski pozwalające : zobaczyć cały raport, przenieść i zachować zawartość raportu do MS Word, Excell lub PDF na wybrany nosnik elektroniczny, wydrukować itd.** (Buttons allowing: view the whole report, move and save the report content to MS Word, Excel or PDF on a chosen electronic carrier, print, etc.) - points to the top toolbar.
- Możemy przechodzić do interesujących nas części raportu.** (We can move to the parts of the report that interest us.) - points to the 'TABLE OF CONTENTS' sidebar.
- Raport w postaci konspektu.** (Report in the form of a summary.) - points to the 'VIEW TABLE OF CONTENTS' button.
- Możliwość zmiany oglądanych danych wg innej kategorii.** (Ability to change the data being viewed by another category.) - points to the 'CHANGE SELECTION' dropdown menu.
- Przejdźcie do innych raportów powiązanych jakąś relacją przedmiotową z tym aktualnie przeglądanych.** (Go to other reports related in some way to the one currently being viewed.) - points to the 'RELATED REPORTS' section.
- Przyciski nawigacji po raporcie.** (Report navigation buttons.) - points to the 'PREVIOUS SECTION' and 'NEXT SECTION' buttons at the top right.

Informacja o bazie GMID opracowana przez: Lucyna Cybulska/Biblioteka WSB w Toruniu
 Wszelkie zapytania związane z bazą, testowaniem, uwagi i opinie o bazie Global Market Information Database (GMID)
 proszę kierować bezpośrednio lub na adres: Valerjan.Gotovski@euromonitor.lt.