

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ



В.Є. ДУХОВ

канд. екон. наук, доц.

Національний університет внутрішніх справ

УДК 347.775

ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕДМЕТА КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ ФІРМИ

Розглянута дефініція категорії “комерційна таємниця”, пропонується методика її визначання фірмою, підприємством, організацією.

Якщо сьогодні державна таємниця в Україні охороняється спеціальним законом [1], то захист комерційної таємниці регулюється декількома статтями Кримінального кодексу, законів України про підприємства, про інформацію, та ін. [2, ст.30; 3, ст.ст. 10, 28-30, 38; 4, ст.ст.231, 357, 359, 361-363]. Коли приймався Закон України “Про державну таємницю”, практично уся власність перебувала в руках держави. Сьогодні вона опинилась в приватних руках і йдеться про приватизацію залишків колишньої державної власності. Разом з власністю в приватних руках опинились і притаманна їй таємниця. Тому, існуючій нормативній базі для регулювання широкого кола проблем комерційної таємниці явно недостатньо, вона не може елімінувати негативні наслідки відомого лєнінського докумєнта, підписаного через тиждєнь після взяття владї більшовиками, де йдеться про усунєння комерційної таємниці¹.

Перед усім, Закон дуже широко трактує комерційну таємницю.

“1. Під комерційною таємницею підприємства маються на увазі відомості, пов’язані з виробництвом, технологічною інформацією, управлінням, фінансами та іншою діяльністю підприємства, що не є державною таємницею, розголошення (передача, витік) яких може завдати шкоди його інтересам.”²

¹ Положеніє о рабочем контролє...14 ноября 1917 г. [5, с.26].

² Дефініція категорії повторює норму ст.33 Закону СРСР “Про підприємства в СРСР” // Информ.-поиск. сис-

2. Склад і обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, порядок їх захисту визначаються керівником підприємства. Відомості, які не можуть становити комерційної таємниці, визначаються Кабінєтом Міністрів України” [2, ст.30].

Як бачимо, в склад комерційної таємниці включається уся інформація: і та, що приносить додатковий прибуток та складає секрет фірми, і та, що не приносить його і всім відома, але підприємець вважає, що її розповсюдження може завдати шкоди його інтересам. Це дає можливість бізнесменам приховувати від суспільства та державних наглядових органів відомості, які не можуть бути обмежені за своєю сутністю. Більш того, окремі недобросовісні підприємці поняття комерційної таємниці, в той час коли вона на фірмі навіть не визначена належним чином, використовують для приховування власних правопорушень.

Крім державної таємниці та відомостей, що включені з комерційної таємниці відомою Постановою КМ України [7], із складу комерційної таємниці повинні бути вилучені усі відомості, що не приносять суб’єкту господарювання додаткового прибутку. Також характерною рисою наявності комерційної таємниці у визначеного суб’єкта господарчої діяльності повинні бути витрати на організацію її охорони.

Отже, найбільш суттєвою ознакою комерційної

тема “Лига”. -31.05.2002 р. Аналогічно, комерційна таємниця визначається в інших державах СНГ [6, с.72].

таємниці є здатність її приносити додатковий прибуток. Тому, *комерційною таємницею фірми є інформація, що не складає державний секрет, яка приносить прибуток вище середнього і на захист якої витрачаються кошти.*

Статус комерційної таємниці не може використовуватись для приховування протиправної діяльності в бізнесі, а також бути засобом обмеження загальнодоступної інформації.

Визначення інформації фірми, підприємства, яка складає комерційну таємницю, має декілька організаційних особливостей. Першим кроком на цьому шляху є упорядкування інформаційних потоків фір-

ми, підприємства, будь-якого суб'єкта господарювання. Для цього формується матриця інформаційних потоків фірми. Вона визначає усі потоки інформації між внутрішніми підрозділами фірми, підприємства, а також між фірмою та її партнерами. Це необхідно, як для загальної побудови інформаційної системи фірми, так і для початку конкретної роботи з захисту комерційної таємниці. В цій матриці визначаються всі потоки інформації, що циркулюють поміж її організаційними структурами, які є одночасно адресатами і джерелами інформації. Вона може мати наступний вигляд, як по фірмі в цілому, так і по окремим її підрозділам (табл.1).

Таблиця 1 - Матриця інформаційних потоків фірми "N" (приклад умовний)

Джерела інформації	Адресати інформації			
	Відділ А	Цех В	...	Підрозділ Н
Відділ А	-	Особливості технології конкурентоспроможного продукту С	-	-
Цех В	Конструктивні недоліки продукту С	-	-	-
...
Підрозділ Н	-	-	-	-

Таким чином, матриця інформаційних потоків фірми має подвійне призначення: вона служить основою як для упорядкування усієї інформаційної системи суб'єкта господарювання, так і для визначення предмета комерційної таємниці. На її основі постійно діюча комісія з охорони комерційної таємниці фірми відокремлює ті інформаційні потоки, які відповідають критеріям комерційної таємниці і стають предметом охорони.

З точки зору ефективності функціонування інформаційної системи фірми, і фірми в цілому, не доцільно розширювати предмет комерційної таємниці за межі того обсягу інформації, якій дійсно є джерелом додаткового прибутку. Перед усім, з позиції здорового глузду, не доцільно засекречувати те, що всім відомо [8, с.28], бо з точки зору економічної ефективності це тягне додаткові витрати, а саме головне – гальмує обіг інформації, і разом з ним – обіг капіталу. Тому, постійно діюча комісія з охорони комер-

ційної таємниці на початку року, після затвердженням бізнес-плану, переглядає предмет комерційної таємниці, вилучає з її складу ту, що втратила секретність і, навпаки, включає до її складу нову, якщо вона має місце.

Визначена комерційна таємниця може служити основою для формування режиму охорони, а також визначення кола працівників фірми, які мають до неї доступ. Останнє має особливу важливість, оскільки на її підставі будується режим доступу до комерційної таємниці виконавців робіт. Кожен, хто має доступ до комерційної таємниці фірми, може робити з нею наступні окремі дії: а) читати; б) переробляти; в) транспортувати.

За допомогою матриці доступу до комерційної таємниці ці дії визначаються відносно кожного працівника (табл.2, де X- читання, Y – переробка, Z- транспортування інформації).

Таблиця 2 - Матриця доступу до комерційної таємниці фірми "N" (приклад умовний)

Працівники	Види інформації			
	Технологія конкурентоспроможного продукту С	Структура витрат на продукт С	...	Персональна інформація про раціоналізатора
Гол. бухгалтер	X	X, Y, Z
Гол. технолог	X, Y, Z	X	...	X
...
Менеджер персоналу	X, Y, Z

Якщо на фірмі існує комп'ютерна мережа, ця матриця може бути введена в режим її функціонування і бути засобом охорони комерційної таємниці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про державну таємницю" // Законодавство України: Інформ.-поиск. система "Лига" /Национальный ун-т внутр. дел.
2. Закон України "Про підприємства в Україні" // Там же.
3. Закон України "Про інформацію" // Там же.
4. Кримінальний кодекс України. -Х.: Одисей, 2001. -240 с.
5. Решения партии и правительства по хозяйст-

венным вопросам. -М.: Политиздат, 1967. -Т.1. - 783с.

6. Зубик В.Б и др. Экономическая безопасность предприятия (фирмы). -Минск: Выш. шк., 1998. - 391 с.

7. Постанова КМ України "Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці", № 611 від 09.08.1993 // Законодавство України: Інформ.-поиск. система "Лига" /Национальный ун-т внутр. дел.

8. Даллес А. Искусство разведки. -М.: Международные отношения, 1992. -297 с.

Надійшла до редколегії 12.10.2002

ДУХОВ В.Е. ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРЕДМЕТА КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ ФИРМЫ

Рассмотрена дефиниция категории "коммерческая тайна", предлагается методика ее определения фирмой, предприятием, организацией.

DUHOV V.E. DEFINITIONS OF A SUBJECT OF A CORPORATION TRADE SECRET

The definition of a category «trade secret» is reviewed, the technique of its definition by the corporation, firm, organization is offered.

УДК 343.976

Л.В. НЕЧИПОРУК, канд. екон. наук

Національний університет внутрішніх справ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Розглянуті теоретичні основи формування страхового ринку та визначені основні проблеми його розвитку на сучасному етапі в Україні; з'ясовані перспективи еволюції страхової справи в українській економіці.

На сучасному етапі ефективність страхового сектора в Україні залишається все ще досить низькою. Частка страхових платежів, що можуть розглядатися як джерело потенційних інвестицій в економіку, складає близько 1 % ВВП (у країнах ЄС - 8,53 %). При цьому в Україні страхується лише 10 % ризиків, тоді як на Заході - 90-95 %.

Головними причинами такої ситуації є:

- низька платоспроможність населення і підприємств (питома вага страхових послуг у середньостатистичній зарплаті 311 грн. чи 60 \$ в цілому по Україні значно більше, ніж у розвинутих країнах);
- порівняно низька якість страхових послуг, запропонованих вітчизняними страховими компаніями;
- велика кількість страхових товариств (328) і низька їх капіталізація, в результаті чого вони діють як посередники між страхувальниками і західними компаніями;
- відсутність ефективного податкового законодавства, здатного стимулювати інвестиційну діяльність;
- обмеженість можливостей для інвестування

страховими компаніями;

- низька довіра до вітчизняних страховиків.

Об'єктивна основа розвитку страхового ринку - необхідність забезпечення безперервності відтворювального процесу шляхом надання грошової допомоги потерпілим у випадку непередбачених несприятливих обставин.

Страховий ринок являє собою сферу грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу виступає специфічний товар - страхова послуга, формується пропозиція та попит на неї. Страховий ринок є діалектичною єдністю двох систем - внутрішньої і зовнішньої.

Внутрішня система цілком керується з боку страховика, і до неї відносяться: матеріальні, фінансові і людські ресурси страхової компанії, що визначають положення даного страховика на ринку. Особливе значення має фінансове положення страхового суспільства і довіра до нього з боку фінансових інститутів, ліквідність страхового фонду.

Зовнішня система, чи зовнішнє оточення, складається з елементів, на які страховик може робити керуючий вплив, а також з елементів, не керованих з