

УДК 338.24

Г.Р. Натрошвілі

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стаття присвячена актуальній проблемі визначення економічних та правових основ захисту комерційної таємниці сучасного підприємства (фірми). На основі аналізу промислового шпигунства, його основних методів визначені джерела витоку комерційної таємниці та сформульовані організаційні, адміністративні та соціально-психологічні засоби захисту секретної інформації від недобросовісних конкурентів. Зазначено, що промислове шпигунство – це різновид економічного шпигунства, метою якого є одержання інформації про діяльність одного або декількох підприємств-конкурентів.

The article is devoted to the problem of determining the economic and legal framework protecting trade secrets modern enterprise (company). Based on the analysis of industrial espionage, its key methods identified sources of leakage of trade secrets and formulated organizational, administrative, social and psychological protection of classified information from unfair competitors. It is noted that industrial espionage is a kind of economic espionage, which aims to obtain information on the activity of one or more companies competing. The subject of economic espionage separate industrialist, company, firm, that person or entity. For businesses serving industrial espionage way of competition, which aims on the one hand, to obtain confidential information about strategic and tactical intentions of business competitors; on the other – gaining competitive advantage in the market because of displacement or destruction game. Keeping trade secrets is one of the significant factors guaranteeing economic security. The enterprise must be installed system that transmits specific individuals only this amount of information that allows them to faithfully perform their duties and reduces possible losses in the transition of employees to competing firms. Common methods of commercial espionage related to the human factor, is placing «their» people of the rival company personnel, bribery personnel, «talkative» and other workers. The company must be an effective system of legal protection of business interests, including in terms of legal protection of trade secrets from unfair competition.

Among the socio-psychological remedies can be divided into two main areas: the proper selection and placement and use of material and moral incentives.

Ключові слова: комерційна таємниця, інформація, економічна безпека, захист комерційної таємниці.

Key words: trade secret information, economic security, the protection of trade secrets.

Сьогодні протистояти промислового шпигунству стає дедалі складніше: підвищився рівень підготовки «розвідників», які озброєні сучасною технікою; законодавство не повністю адаптоване до сучасного етапу розвитку суспільства; кількість фахівців із промислового шпигунства не може задовольнити потреби ринку; сучасні бізнесмени слабо обізнані в тому, що таке аналітична робота, економічна розвідка тощо. З другого боку, кримінальний світ швидко прогресує та професійно протистоїть «чистому» бізнесу у сфері отримання корисної інформації зокрема.

Це істотно підвищує ступінь загроз економічній безпеці підприємств, ефективна підтримка якої можлива тільки в разі створення на підприємстві стабільної системи захисту від зовнішніх та внутрішніх небезпек.

Різні аспекти економічної безпеки підприємств у ринковій економіці було розглянуто в працях вітчизняних та зарубіжних учених-економістів. Так, економічна безпека України в умовах ринкових трансформаційних процесів, генеза її становлення є предметом вивчення Богачова В., Вавдіюк Н., Сухорукової Т., Ткаченка В. Питання економічної безпеки підприємства, а саме: захист комерційної таємниці, діагностика рівня економічної безпеки підприємства, чинники інформаційної безпеки підприємства, юридичні аспекти безпеки підприємства є предметом дослідження таких учених, як Андросук Г., Довбня С., Живко М., Козаченко Г., Крайнев П., Хорошок В.

Однак необхідно зазначити, що у вітчизняній і зарубіжній літературі дотепер не знайшли належного відображення деякі важливі аспекти економічної безпеки підприємств: значної уваги заслуговує питання виявлення особливостей промислового шпигунства в умовах нестабільності та підвищення ризиків і створення надійної системи захисту сучасного підприємства.

Мета дослідження – на основі аналізу промислового шпигунства, його основних методів виявити можливі джерела розголошення комерційної таємниці підприємства (фірми), узагальнити економіко-правові основи захисту комерційної інформації від недобросовісних конкурентів.

Сучасні фахівці у галузі економічної безпеки виділяють певні етапи у розвитку промислового шпіонажу. Перший етап пов'язаний зі становленням бізнесу в країні, із зародженням підприємств різної форми власності та конкуренції. У цей період економічна безпека залишалася прерогативою держави. Окремі підприємці збирали інформацію про конкурентів несистематично та непрофесійно. Другий етап збігається із формуванням незалежних держав на тлі СРСР, розпадом спецслужб, виходом підприємств на зарубіжні ринки. Спеціальна апаратура служб держбезпеки почала з'являтися у приватних осіб. Третій етап пов'язаний зі становленням ринкової економіки, розвитком підприємництва, створення великої кількості підприємств різної форми власності. На цьому етапі виникає велика кількість приватних охоронних і детективних агентств, у більшості кадрово сформованих із професіоналів, які залишили службу в органах безпеки.

Інтернет і багаточисельні спеціалізовані виставки дозволяють краще орієнтуватися у спеціальній продукції, яка використовується як з метою захисту і охорони, так і для доступу для комерційної таємниці конкурентів.

Поняття «шпигунство» означає одержання або добування відомостей, що становлять певний інтерес. Промислове шпигунство – це різновид економічного шпигунства, метою якого є одержання інформації про діяльність одного або декількох підприємств-конкурентів. Суб'єктом економічного шпигунства є окремий промисловець, підприємство, фірма, тобто фізична або юридична особа.

Фахівці визначають промислове шпигунство як вид недобросовісної конкуренції, діяльність із незаконного добування відомостей, що становлять комерційну цінність [2, с. 18]. Для підприємництва промислове шпигунство є способом конкурентної боротьби, мета якої, з одного боку, отримання конфіденційної інформації про стра-

тегічні й тактичні наміри бізнесу конкурентів, з другого, — здобуття конкурентної переваги на ринку.

Промислове шпигунство необхідно відрізнити від конкурентної розвідки. Термін *конкурентна розвідка* (competitive intelligence) широко використовується західними фахівцями безпеки бізнесу й означає дослідження відкритих інформаційних джерел про основні тенденції бізнесу та наміри конкурентів, аналіз ризиків і вразливих місць суперників [3, с. 19]. Головною відмінністю між конкурентною розвідкою та промисловим шпигунством є методи й способи отримання інформації: розвідник діє в правовому полі, не порушує норм законів (хоча його дії не завжди відповідають морально-етичним нормам ведення чесної конкурентної боротьби); промисловий шпіонаж передбачає нелегальні методи й технології.

У промислового шпигунстві використовують агентурні методи і технічні методи [3, с. 7]. Агентурний метод одержання інформації є основою будь-якого виду шпигунства. Найбільш уживаними є два напрями діяльності: вербування і «впровадження» своєї людини. До технічних методів належать: встановлення відповідної апаратури для прослуховування в офісах та приміщеннях, «закладки» по лінії телефонного кабелю, «мобільне шпигунство» тощо. [4, с. 24].

Збереження комерційної таємниці — один із вагомих чинників забезпечення економічної безпеки підприємства. На підприємстві повинна бути встановлена система, яка забезпечує передачу конкретним особам тільки такого обсягу інформації, який дозволяє їм сумлінно виконувати свої службові обов'язки та знижує рівень можливих збитків при переході працівника до фірми-конкурента.

З особами, які мають допуск до комерційної таємниці, необхідно постійно працювати і перевіряти їх. Вірогідність порушення комерційної таємниці складає: 43 % при підкупі, шантажі, комерційному шпіонажі; 24 % — при спілкуванні; 18 % — при незаконному проникненні в комп'ютерну мережу підприємства; 10 % — при викраденні документації; 5 % — при прослуховуванні телефонних розмов. За даними експертів з безпеки, сприятливими умовами для декодування комерційної таємниці є: балакучість співробітників (часто в дружніх компаніях, де вживається алкоголь) — 32 %; прагнення співробітників підзаробити — 24 %; відсутність на підприємствах служби безпеки — 14 %; радянська звичка ділитися «передовим досвідом», роздавати поради — 12 %; безконтрольне використання інформаційних та копіювальних засобів — 10 %; психологічні конфлікти між співробітниками, між керівництвом і підлеглими, неправильний кадровий підбір — 8 % [5].

Найбільш типовими методами комерційного шпіонажу є підкуп та влаштування «своїх» людей до складу персоналу підприємства-конкурента.

Підкуп є простим та ефективним способом одержання комерційної таємниці. Безперечно, він потребує певної попередньої аналітичної роботи для з'ясування міри обізнаності співробітників підприємства та їх причетності до комерційної таємниці. Для підкупу необхідно точно знати: кому давати гроші, скільки, коли, через кого і за що. Всі витрати на збір такої інформації перебиваються однією важливою обставиною — співробітнику не потрібно долати фізичні та технічні перепони для отримання секретної інформації підприємства. Тому метою «розвідника» стає пошук носіїв необхідної інформації, які незадоволені своїм заробітком, кар'єрним зростанням, характером відносин із керівництвом тощо.

За даними статистики Інтерполу, 25 % службовців готові продати секрети свого підприємства в будь-який час і кому завгодно; 50 % підуть на це залежно від обста-

вин; 25 % є патріотами свого підприємства чи фірми. Серед 50 % співробітників, які погоджуються на співробітництво з конкурентами залежно від обставин, значна частина складає тих, кого шантажують [5]. Виділяють шантаж двох видів. У першому випадку людину ловлять на «гачок», погрожуючи оприлюднити компромат, у другому – погрожують діями фізичного впливу (спалити будинок, викрасти дитину тощо).

Ще одним методом комерційного шпіонажу є влаштування «своїх» людей до складу персоналу підприємства-конкурента.

Існує два шляхи кооптування агента у склад персоналу: перший – він працює за спеціальністю під своїм прізвищем; другий – працевлаштування здійснюється за підробленими документами під прикриттям «легенди». Ці методи більш складні, ніж підкуп і шантаж, але, на відміну від завербованих інформаторів, свій агент є більш надійним і ефективним як джерело комерційної таємниці. Співпраця з таким інформатором базується на конспіративній основі: зустрічі з ним маскуються під побутові контакти, відбуваються на конспіративних квартирах або в громадських місцях, зв'язок здійснюється через «схованки», часто за допомогою технічних засобів. Вибіркове, таємне спостереження за співробітниками може дати керівництву підприємства цікаві факти для міркування.

Необхідно підкреслити, що не варто зосереджувати увагу тільки на тих співробітниках, які допущені до комерційної таємниці. Треба враховувати, що особа, недопущена до комерційної таємниці, може також суттєво допомогти конкурентам у проведенні комерційного шпіонажу: зробити закладку устроїв для прослуховування, виготовити копії документів, що містять комерційну таємницю, забезпечити незаконне проникнення в закриті службові приміщення, зібрати необхідні реляції про особисті та ділові якості певної особи, допущеної до комерційної таємниці.

Значною проблемою є переманювання конкурентами провідних спеціалістів фірми, оскільки це не тільки розголошення комерційної таємниці, але й ослаблення фірми на користь конкурентам. Саме тому організаційні та адміністративні засоби захисту комерційної таємниці необхідно підсилювати соціально-психологічними.

Серед соціально-психологічних засобів захисту можна виділити два основних напрями: правильний відбір і розстановка кадрів та застосування матеріальних і моральних стимулів.

Зазначимо, що відбір кадрів – генеральний напрям діяльності відділу управління персоналом, оскільки від кваліфікації, відповідальності та зацікавленості працівників безпосередньо залежить майбутнє фірми чи підприємства. Відбір працівника на конкретну посаду починається з виявлення психологічних характеристик кандидата, що відповідають вимогам робочого місця. Потім створюється портрет ідеального співробітника, характеристики якого повністю відповідають вимогам робочого місця і відбирається такий претендент, який буде працювати з максимальною віддачею і відчувати себе комфортно на даній роботі.

Після аналізу робочого місця і відбору претендентів здійснюється відбір майбутніх працівників. Критерії відбору зазвичай встановлює менеджер відповідного профілю. Загальними критеріями відбору для працівників виробництва є такі:

– освіта (при рівних показниках перевага віддається більшому рівню освіти і її відповідності конкретній праці);

– досвід (оскільки роботодавці часто ототожнюють досвід із можливостями працівника, одним із способів вимірювання досвіду роботи є встановлення рейтингу трудового стажу);

- фізичні та медичні показники (для робіт, що потребують фізичної витривалості, сили);
- соціальний статус (деякі роботодавці віддають перевагу одруженим працівникам);
- персональна характеристика;
- психологічний тип особистості.

Активізація промислового шпигунства істотно підвищує ступінь загроз економічній безпеці підприємств. Тому в умовах збільшення ризиків на одне з перших місць у підприємницькій діяльності виходить проблема захисту комерційної таємниці.

Промислове шпигунство як прояв недобросовісної конкуренції є способом конкурентної боротьби, основна мета якої – отримання конфіденційної інформації про конкурентів для здобуття конкурентної переваги на ринку або знищення суперника. Промислове шпигунство необхідно відрізнити від конкурентної розвідки, оскільки у них різні методи й способи отримання інформації. Основними методами промислового шпигунства є агентурні і технічні методи. Найбільш типовими агентурними методами комерційного шпонажу є підкуп та влаштування «своїх» людей до складу персоналу підприємства-конкурента.

Для запобігання розголошення комерційної таємниці організаційні й адміністративні засоби захисту комерційної таємниці необхідно підсилювати соціально-психологічними.

Правильний підбір і розстановка кадрів дозволяє підприємствам зменшити ризики розголошення комерційної таємниці та гідно протистояти промислому шпигунству.

У подальшому слід розробити методики оцінювання економічної ефективності впровадження систем захисту комерційної інформації.

1. *Єгоров В.* З історії розвитку промислового шпигунства / В. Єгоров // Дзеркало тижня. – 1994. – № 13. – С. 14–17;
2. *Демидов Б.* Тайный фронт / Б. Демидов, А. Величко, И. Волощук // Національна безпека України. – 2005. – № 7–8. – С. 17–23;
3. *Івченко О.* Промислове (економічне) шпигунство: конкурентна розвідка й контррозвідка / О. Івченко // Юридичний журнал. – 2003. – № 7;
4. *Березин І.* Промислове шпигунство, конкурентна розвідка, бенчмаркінг й етика цивілізованого бізнесу / І. Березин // Практичний Маркетинг. – 2005. – № 101;
5. *Ревак І.О.* Економічні чинники визначення збитків від витоку інформації / І.О. Ревак, З.Б. Живко // Сучасні інформаційні комунікаційні технології: збірник тез. – К.: ДУІКТ, 2008. – С. 144–146.