

requiring companies to reduce fixed costs can lead to redundancies least effective employees. CSR cannot be understood as an absolute desire to protect jobs, but indicate the need for outplacement tool – to mitigate the effects of these actions.

Bibliography

1. CSR Europe (2011). <http://www.csreurope.org>. Accessed 03 March 2013
2. Hartman, L., & DesJardins, J. (2008). Business ethics: Decision making for personal integrity and social responsibility. New York: McGraw-Hill.
3. Knights, D., & Willmott, H. (2011). Organizational analysis: Essential readings. Andover: Southwestern Cengage Learning.
4. Marens, R. (2010). Destroying the village to save it: Corporate social responsibility, labour relations and the rise and fall of American hegemony. *Organization*, 17(6), 743–766
5. Scherer, A., & Palazzo, G. (2007). Towards a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a Habermasian perspective. *Academy of Management Review*, 32, 1096–1120.
6. Tams, S., & Marshall, J. (2010). Responsible careers: Systematic reflexivity in shifting landscapes. *Human Relations*, 64(1), 109–131.
7. Rudnicka A., CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie, Wolters Kluwer business, Warszawa 2012, s.43
8. Rybak M., Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2004, s.25

УДК 337.38

Ганич І.М., старший викладач Львівського державного університету внутрішніх справ

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню проблем визначення та структуризації комерційної інформації, що підлягає захисту в рамках інституту комерційної таємниці. Обґрунтовується необхідність визначення переліку і змісту охоронюваної інформації, критерії її відбору та виділення із загальних обсягів інформаційних ресурсів

Ключові слова: конкуренція, комерційна таємниця, інформація з обмеженим доступом, захист комерційної таємниці

Постановка проблеми. У сучасних умовах комерційно цінна інформація стає ключовим фактором успіху компанії, а її збереження – чинником стабільного становища і збереження конкурентних переваг бізнесу. Втрата контролю над такою інформацією може завдати значних збитків підприємству і призвести навіть до банкрутства, а відтак виникає гостра проблема у дослідженні теоретичних і практичних питань, пов'язаних із її змістом, обсягом і структурою для її захисту в рамках інституту комерційної таємниці.

Стан дослідження Проблеми захисту комерційної таємниці у вітчизняній науці досліджені слабо. Зокрема, до дослідження окремих проблем комерційної таємниці вдавались такі українські вчені, як Г.О. Андрощук, М.І.Зубок, А.О.Сляднева і російські Соловйов В.А. А.Фат'янов, Ярочкин В.І. та ін., однак їх праці стосуються переважно правової проблематики, а питання структури, змісту, обсягів і способів захисту комерційної таємниці з точки зору безпекознавчих наук взагалі не досліджувались.

Мета статті – Метою дослідження є розгляд теоретичних і практичних аспектів структури комерційної таємної інформації, з'ясування і розкриття її змісту та структури, що є основою для визнання її комерційною таємницею і вжиття належних заходів для її захисту у відповідності до вимог законодавства.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, які виникають у зв'язку з одержанням, використанням і поширенням комерційної таємниці.

Предметом дослідження є структура та зміст комерційної таємниці.

Матеріали і методи Дослідження проведено на підставі системного аналізу літературних джерел, періодичних видань та спеціалізованих публікацій з ресурсів Інтернет, а також особистого практичного досвіду автора.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах існуючої конкуренції між суб'єктами господарювання інформація стає цінним товаром, оскільки володіння інформацією в ринковій економіці необхідне для конкурентоспроможної господарської діяльності.

Перехід до ринкових відносин неминуче призводить до загострення конкурентної боротьби, яка дедалі частіше призводить до неправомірного використання форм і методів недобросовісної конкуренції, в тому числі і у формі незаконного заволодіння, використання і поширення відомостей, що складають комерційну таємницю, з метою нанесення шкоди конкуренту.

Дія зазначених негативних явищ у конкурентних відносинах викликає об'єктивну необхідність у захисті комерційно цінної інформації, яка забезпечує суб'єкту господарювання переваги на конкурентному ринку і втрата та розголошення якої може завдати збитків його майновому стану і діловій репутації. Однак, якщо в країнах з розвинутою ринковою економікою інститут комерційної таємниці має давню історію і ділова інформація захищається як цінний товар, то в Україні процес впровадження цього важливого інституту захисту підприємницького діяльності знаходиться тільки в зародковій стадії.

З наведених причин комерційна таємниця суб'єктів господарювання та її захист набувають пріоритетного значення і викликають професійний інтерес до даної проблеми, як з сторони теоретиків, так і з боку практиків.

Суб'єкт господарювання, створюючи свою систему захисту виробничих секретів, у першу чергу повинен зважати на існуюче законодавство в цій сфері і неухильно дотримуватись його вимог щодо захисту комерційної таємниці.

На законодавчому рівні правовий захист комерційної таємниці в основному передбачений у межах норм, що стосуються захисту відкритої інформації та інформації з обмеженим доступом. Спеціально передбаченого окремого правового акту, який прямо регламентував питання створення і обігу комерційної таємниці, на теперішній час немає. Проте законодавством України кожному підприємству надається право самостійно визначати склад і обсяг інформації, що становить комерційну таємницю, а також визначати спосіб та створювати систему захисту комерційної таємниці

Згідно з нормами цивільно-господарського законодавства, свідчить, що комерційною таємницею є комерційно цінна інформація технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, яка не є загальновідомою суспільству і яка була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її конфіденційності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію. [1,2].

Таким чином, відбір відомостей, які складають комерційну таємницю, багато в чому залежить від профілю і спрямування наукової, виробничої, зовнішньоекономічної, управлінсько-організаційної й іншої діяльності відділів, цехів, лабораторій тощо

та уміння суб'єкта господарювання оцінити результати цих видів діяльності. Виділення таких відомостей і ранжирування їх за ступенем конфіденційності є надзвичайно складною і трудомісткою справою. Вона потребує аналізу великих обсягів різної інформації про напрямки і види діяльності підприємства, його структуру, майновий і інтелектуальний потенціал, партнерів, конкурентів і т.д. У зв'язку з цим, від об'єктивного, чіткого і, що дуже важливо, своєчасного визначення предмету захисту залежить збереженість важливої для підприємства економічної інформації [5, с. 20]

У відповідності до чинного законодавства України склад і обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, спосіб їх захисту визначаються суб'єктом господарювання відповідно до закону. [2, ст..36]

В такий спосіб законодавець дає суб'єкту господарювання інструмент для захисту комерційної таємниці, а він в свою чергу сам повинен вживати належних, тобто адекватних існуючим обставинам, заходів щодо захисту своєї життєво важливої інформації, яку він відніс до комерційної таємниці.

Як показує досвід вітчизняних підприємств, до відомостей, що становлять комерційну таємницю, може бути віднесена секретна інформація, пов'язана з :

- виробництвом і технологією (ідеї, винаходи, відкриття, створені підприємством бази даних, комп'ютерні програми, ноу-хау, технічні проекти, описи технологічних іспитів, промислові зразки);
- управління підприємством (нові методи організації праці та виробництва, укладені та заплановані контракти, інформація про конфіденційні переговори);
- фінансовою діяльністю (калькуляція витрат виробництва підприємства, структура цін, розміри знижок, рівень прибутку, інвестиції);
- господарською діяльністю (огляди ринку, маркетингові дослідження, плани розвитку підприємства) [6, с.72].

Однак, не всі відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру можуть бути віднесені до комерційної таємниці. Згідно з постановою Кабінету Міністрів України № 611 від 9 серпня 1993 року, до комерційної таємниці не відносяться: установчі і дозвільні документи; форми звітності; документи про оплату податків, чисельність і склад працюючих, їхню заробітну плату, вільні робочі місця; інформація про забруднення навколишнього середовища, недотримання безпечних умов праці, реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю, а також інші порушення законодавства України та розміри збитків при цьому збитків; документи про платоспроможність; відомості про участь посадових осіб підприємства в інших організаціях, які займаються підприємницькою діяльністю, та інші відомості, що відповідно до чинного законодавства підлягають оголошенню Підприємства зобов'язані подавати перелічені відомості органам державної виконавчої влади, контролюючим і правоохоронним органам, іншим юридичним особам під час перевірки або за відповідним письмовим запитом виключно на підставах передбачених законодавчими актами та з визначеного законодавством кола питань.[7, с. 460-462]

Комерційною таємницею не можуть також бути відомості, що становлять державну таємницю. Державна таємниця є інформацією, що охоплює відомості у сфері оборони, економіки, науки і техніки, зовнішніх відносин, державної безпеки та охорони правопорядку, розголошення якої може завдати шкоди національній безпеці України та яка визнана у порядку, встановленому Законом України «Про державну таємницю» і підлягає охороні державою [4].

Крім того, до відомості, що складають комерційну таємницю, не повинні бути об'єктами авторських і патентних прав (подібні об'єкти охороняються Законами

України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про авторське право і суміжні права», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» і т.д.).

Отже, виходячи з наведеного вище, до комерційної таємниці суб'єкта господарювання може віднести будь-яку комерційно цінну інформацію щодо своєї діяльності, за винятком визначеної законом.

Таким чином, у відповідності до вимог чинного законодавства та об'єктивних обставин, що склалися на певний період часу, підприємство в кожному окремому випадку самостійно вирішує, яку конкретно інформацію віднести до комерційної таємниці, який режим доступу до неї встановити і які заходи вживати для збереження її конфіденційності. Введення режиму конфіденційності визначеної інформації і обмеженого доступу до комерційної таємниці має бути юридично обґрунтованим і будуватись на організаційно-правових засадах, закріплених у законодавстві України та юридичних документах підприємства.

Висновки. В сучасному конкурентному середовищі гарантування отримання прибутку та досягнення і збереження переваги на ринку можливе тільки за умови створення на підприємстві надійної системи захисту комерційної таємниці.

Ефективність системи захисту комерційної таємниці напряду буде залежати від складу і обсягів виділеної суб'єктом господарювання інформації та повноти і своєчасності вжитих заходів щодо збереження її секретності.

Склад і обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, спосіб їх захисту визначаються суб'єктом господарювання, завдання якого самостійно організувати захист комерційної таємниці у відповідності до вимог чинного законодавства України.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України. – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44 / www.rada.gov.ua
2. Господарський Кодекс України – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 48-52 / www.rada.gov.ua.
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 9 серпня 1993 р. № 611 «Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці»
4. Закон України «Про державну таємницю» / ВВР, 1994, № 16, ст. 93.
5. Никифоров Г.К., Азнакаев Г.Н. Защита коммерческой тайны. – К.: Юринформ, 1994. – 88 с.
6. Носік Ю.В. Права на комерційну таємницю в Україні. Монографія.-К., КНТ, 2007.-240с.
7. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України / За ред. В. М. Коссака. – К.: Істина, 2004. – 976 с.

Summary. *The article is devoted research of problems of determination of commercial information which is subject defence within the framework of institute of commercial secret. The necessity of determination of list and maintenance of information, criteria of its selection and selection from the general volumes of informative resources, is grounded.*

Key words: *competition, commercial secret, information, with the limited access, defence of commercial secret.*