

каждая мера, предполагающая направление средств в ту или иную сферу, нуждается в источнике финансирования. Три государства – Российская Федерация, Республика Беларусь и США – были выбраны не случайно. Каждое из них имеет свой источник финансирования антикризисных мероприятий.

Российская Федерация сформировала Стабилизационный фонд в размере 548,1 млрд. долларов, и пока существует этот фонд, Россия может покрывать дефицит бюджета именно за счет средств фонда, а проведение антикризисных программ не будет увеличивать нагрузку на граждан и бизнес.

Республика Беларусь на проведение антикризисных мер берет кредиты. Но, как известно, главными принципами кредитования являются срочность, платность и возвратность, т.е. через определенный срок нужно будет вернуть сумму полученного кредита вместе с процентами. Сегодня каждый миллиард долларов кредита означает увеличение нагрузки на 93\$ на каждого жителя нашей страны, это не считая процентов по кредиту и долга, который был накоплен в предыдущие периоды.

США финансируют свою антикризисную программу за счет эмиссии дополнительной денежной массы. Выделение 700\$ миллиардов на План Полсона в России или на Украине привело бы к гиперинфляции (увеличение денежной массы, всегда влечет за собой обесценивание денег и рост цен). Но в случае с США, увеличивших денежную массу на более чем 10 триллионов долларов, это не происходит благодаря высокой степени уверенности в силу американской экономики. Сейчас обслуживание 11-триллионного долга стоит Америке более 463 миллиардов долларов в год. А суммарный долг США в 11 триллионов долларов означает нагрузку на каждого жителя в 35 951,01 долл. США.

Поэтому сегодня важным является не поиск источника финансирования антикризисных мер, а поиск средств, за счет которых можно будет вернуть ранее взятые кредиты, не увеличивая нагрузку на граждан и бизнес. Так, в Республике Беларусь с этой целью предлагается создать Фонд антикризисного реагирования, который можно пополнять за счет средств, полученных в результате жесткой экономии, сокращения размера средств, выделяемых на содержание органов власти всех уровней, не менее чем на 30% (в том числе за счет оптимизации структуры управления и контроля, сокращения численности персонала).

ЛИТЕРАТУРА

1. http://www.brillig.com/debt_clock/ – Долг США в реальном времени.
2. <http://www.prime-tass.ru/news/show.asp?id=50055717&ct=comments> – План Полсона.
3. <http://respublikabelarus.com/content/view/935/82/> – Антикризисные меры РБ.

УДК 693.22.004.18

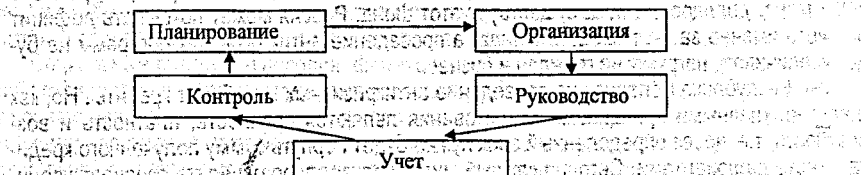
Жук Е.Г.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Кивачук В.С.

МЕСТО КОНТРОЛЯ В ЗАЩИТЕ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современных условиях успех деятельности предприятия полностью зависит от выполнения поставленных перед ним целей, его финансово-экономической устойчивости, а также от положения предприятия среди конкурентов на рынке. Обеспечение выполнения перечисленных требований является основной задачей управления предприятием. Процесс управления предприятием был впервые разделен на этапы Анри Файо-лем в 1914 г. и в настоящее время включает следующие основные стадии: планирование, организация, учет и контроль. Планирование на предприятии необходимо для того, чтобы сформировать основные цели и определить пути их достижения; организация –

оптимально распределить работу среди подчиненных, руководство – создать условия и желания у людей для совместной работы по достижению целей компании; контроль – оценить реальность поставленных целей и выяснить, каких результатов предприятие смогло достичь. Таким образом, процесс управления предприятием подразумевает, что функции контроля и планирования взаимосвязаны.



Контроль – это труд наиболее подготовленных специалистов, особенно в условиях умышленных действий руководителей предприятия по сокрытию объективной информации. Внутренний контроль предприятия необходим как для эффективной организации труда рабочих, так и для сохранения конфиденциальной информации и успешного развития в условиях конкуренции.

Правителями государств в различные эпохи принимались специальные законы, защищавшие интересы производителей, их хозяев и государств от возможной утечки секретов. Например, в Древнем Риме был принят закон, предусматривавший наказание в виде штрафа (который был равен удвоенной величине причиненных убытков) за принуждение чужих рабов к выдаче тайн своего хозяина. В античном мире родилась идея вести торговые книги, тайна которых являлась разновидностью коммерческой тайны. Промышленники, торговцы и банкиры обязаны были вести названные книги, отражавшие их деятельность и материальное положение. Ведение таких книг гарантировало защиту тайны на законном основании. Данные торговых книг могли быть сообщены только для целей правосудия, по фискальным соображениям (для уточнения налогов), по делам о наследовании имущества, в случаях прекращения существования товарищества или наступления банкротства. В Российской Империи, чтобы не допустить разглашения промысловой тайны, предусматривалось правовое воздействие предохранительного (недопущение посторонних к торговым книгам; запрещение служащим оглашать известные им тайны предприятия и иное) и восстановительного характера (применение уголовных наказаний или взыскание убытков по гражданским искам) [2].

Что же является коммерческой тайной, которую охраняют с древних времен? Коммерческая тайна – преднамеренно скрываемые по коммерческим соображениям экономические интересы и сведения о различных сторонах и сферах производственно-хозяйственной, управленческой, научно-технической, финансовой деятельности фирмы, охрана которых обусловлена интересами конкуренции и возможными угрозами экономической безопасности фирмы [1].

По мнению специалистов, сведения, составляющие коммерческую тайну и подлежащие охране, должны удовлетворять следующим пяти критериям:

- 1) их открытое использование связано с ущербом для предприятия;
- 2) они не являются общеизвестными или общедоступными на законных основаниях;
- 3) предприятие сможет осуществить надлежащие меры по сохранению их конфиденциальности по соображениям экономической и иной выгоды;
- 4) эти сведения нуждаются в защите, так как они не являются государственными секретами и не защищены авторским и патентным правом;
- 5) сокрытие этих сведений не наносит ущерба обществу.

Не может быть коммерческой тайной такая информация:

- уставные документы, документы, которые разрешают заниматься предпринимательской деятельностью и ее отдельными видами (например, лицензии);
- информация по всем установленным формам финансовой отчетности;
- данные, необходимые для проверки исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей;
- информация о численности и составе работающих; их заработную плату в целом и по профессиям, и должностям, а также о наличии свободных рабочих мест;
- документы об оплате налогов и обязательных платежей;
- информация о загрязнении окружающей природной среды, несоблюдении безопасных условий работы, реализации продукции, которая причиняет вред здоровью, а также иные нарушения законодательства и размеры нанесенных убытков;
- документы о платежеспособности;
- сведения об участии должностных лиц предприятия в кооперативах, малых предприятиях, союзах, объединениях, иных организациях, которые занимаются предпринимательской деятельностью;
- сведения, которые в соответствии с действующим законодательством подлежат оглашению.

Разглашение коммерческой тайны может ухудшить экономическое положение предприятия и привести к банкротству. Важно понимать, что меры по защите коммерческой тайны предприятия должны носить превентивный (предупредительный) характер.

Люди являются наиболее уязвимым источником конфиденциальной информации. Разглашение информации может произойти по вине определенного человека (сотрудника компании или третьего лица). От кого именно может исходить опасность разглашения информации? Эти лица можно условно поделить на две группы [5].

1. Лица, которым компания самостоятельно предоставила такую информацию. К ним, в частности, могут относиться:

- сотрудники компании, которые в силу своих трудовых обязанностей имеют доступ к информации, составляющей коммерческую тайну;
- сторонние консультанты компании (например, переводчики или аудиторы), которые неизбежно получают конфиденциальную информацию в рамках оказания услуг компании;
- контрагенты, получившие доступ к конфиденциальной информации в ходе выполнения договорных обязательств, и т. д.

2. Лица, которые могут получить информацию путем несанкционированного доступа. К ним могут относиться:

- воры-карманники (например, криминальные личности, укравшие у ответственного менеджера дипломат, в котором хранились документы с описанием нового проекта);
- сторонний технический персонал (например, местная уборщица, обнаружившая на видном месте документы, показавшиеся ей интересными, и передавшая эти документы своему внуку, работающему в конкурирующей фирме);
- компьютерные взломщики, получившие информацию с вашего компьютера путем специальных программ, или даже случайные лица, которым Вы по ошибке направили по электронной почте конфиденциальную информацию;
- родственники, друзья или просто знакомые, которым вы рассказываете, что уже 2 месяца разрабатываете схему, которая поможет вашей компании выйти в лидеры на рынке, и т. п.

На каждом предприятии при создании системы защиты информации необходимо правильно организовать:

- 1) учет и охрану некоторых видов материалов и готовых изделий (особенно опытных образцов);
- 2) порядок делопроизводства с документами, содержащими предпринимательскую тайну (правила циркуляции, учета, хранения, уничтожения и др.);
- 3) контроль средств копирования и размножения документов;
- 4) защиту коммерческой информации в средствах связи и вычислительной техники;
- 5) охрану территории предприятия и его основных зданий и сооружений;
- 6) контроль посещения данного предприятия посторонними лицами;
- 7) работу с персоналом (беседы при приеме на работу; ознакомление вновь принятых с правилами защиты информации, обучение сохранению коммерческой тайны, сти-мулирование соблюдения тайны, беседы с увольняющимися).

Немаловажную роль в защите информации играют морально-этические нормы, которые не являются обязательными, однако их несоблюдение ведет к потере авторитета человека, группы лиц либо всей организации. Например, японский бизнес менее всего страдает от утечки информации. Это связано с присущей этой стране системой «пожизненного найма» и воспитанием у сотрудников чувства патернализма, когда они считают себя членами одной семьи [1].

МЕХАНИЗМ ЗАЩИТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ	
1	2
Регламентированный перечень сведений, относимых к коммерческой тайне предприятия	Система контроля средств копирования и размножения документов
Система учета и охраны новых материалов и продукции	Порядок защиты коммерческой информации в средствах связи и вычислительной техники
Система охраны территории предприятия, его основных зданий и сооружений	Порядок использования открытых каналов связи при передаче конфиденциальной информации
Система контроля посещения предприятия посторонними лицами	Система мотивации и обучения персонала предприятия способам защиты коммерческой тайны
Порядок делопроизводства с документами, содержащими коммерческую тайну	Специализированные службы по защите коммерческой тайны предприятия

Предпринимательская деятельность во всех сферах неразрывно связана с получением и использованием различного рода информации. Причем в современных условиях информация представляет собой особого рода товар, имеющий определенную ценность.

Защита коммерческой информации предполагает, что возможные противоправные посяательства на коммерческую информацию могут идти по различным направлениям. В связи с этим эффективная защита информации должна предусматривать целую систему направлений деятельности, каждому из которых соответствует свой способ защиты. Часть этих способов предполагает значительные финансовые расходы, в связи с чем использование всех способов одновременно по средствам только достаточно крупным и платежеспособным фирмам. Следует заметить, что в значительной мере предотвратить утечку коммерческой информации можно, установив систему жесткого внутреннего контроля на предприятии.

Каждый руководитель сам решает, какую информацию защищать и каким образом, но стоит заметить, что рентабельность и рост фирмы в целом зависят не только от того, как ведется бизнес, но и от того, как он защищается.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соловьев Э.Я. Коммерческая тайна и её защита. – М: ИВФ Антал, 1996.
2. <http://www.rg.ru>
3. <http://ruslawyer.ru>
4. <http://www.chastnik.ru>
5. <http://www.bre.ru>