

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**УДК 374.775 (035)**

*Абдулла Ахмед Абдулла Хуссейн*

**ИДЕНТИФИКАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ  
И РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИХ  
ИНСТРУМЕНТОВ ЕЕ ЗАЩИТЫ**

*08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством*

**АВТОРЕФЕРАТ**  
**диссертации на соискание ученой степени**  
**кандидата экономических наук**

**Минск - 2000**

Рат ..... белорусском государственном экономическом университете

Научный руководитель: кандидат экономических наук,  
доцент **Зубик В.Б.**

Официальные оппоненты: доктор экономических наук  
**Радиевский М.В.;**  
кандидат экономических наук,  
доцент **Сенчушкин В.В.**

Оппонирующая организация: Научно-исследовательский эконо-  
мический институт Министерства  
экономики Республики Беларусь

Защита состоится "28" января 2000 г. в 14.00 час на заседании совета по защите диссертаций Д...02.07.02..... при Белорусском государственном экономическом университете по адресу: 220070, г. Минск, Партизанский проспект, 26, зал заседаний совета, тел. 249 51 08

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного экономического университета.

Автореферат разослан .....<sup>24</sup> декабря 1999 г.

Ученый секретарь Совета  
по защите диссертаций  
доктор экономических наук,  
профессор



Г.А. Короленок

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы диссертации.** Переход к рыночным отношениям потребовал от специалистов по экономической безопасности умения ориентироваться в новой, хотя и близкой, области деятельности - защите коммерческих секретов (тайн). Основопологающим моментом необходимости защиты коммерческой тайны (КТ) является известное положение о том, что сведения, ее составляющие, могут быть товаром, т.е. быть предметом купли-продажи, предметом корыстных посягательств. Для того, чтобы выступать в качестве товара, сведения должны быть ограничены для свободного пользования, т.е. должны принадлежать исключительно их собственнику, который прежде всего оценивает их, определяет пределы и возможности использования и далее организует их защиту и рационально ими распоряжается.

Кроме того, в основе появления любой тайны лежит недоверие между субъектами деятельности. И чем оно больше, тем больше секретов, используемых как средство обороны или нападения, получения выгоды. Любое преимущество, реализуемое на рынке с помощью ценовой и неценовой конкуренции, может быть отражено с помощью конкретных сведений. И это преимущество будет существовать только до тех пор, пока эти сведения не выйдут из владения собственника.

Переход к рыночным отношениям неизбежно ведет к усилению конкуренции между предприятиями (фирмами). Зарубежный опыт показывает: кто не заботится о защите своей КТ (секретов), тот теряет до 30% и более возможной выручки либо становится банкротом. Ежегодный урон американского бизнеса от утери технологических и деловых секретов превышает 4 сотни миллионов долларов.

Актуальность данной работы состоит в том, что в ней представлен комплекс методик по идентификации сведений, составляющих коммерческую тайну, и инструментов для ее защиты в рыночных условиях, особенно в переходный период. Данная работа опирается на труды зарубежных и отечественных ученых, в которых рассмотрены различные аспекты маркетинга и безопасности рыночной деятельности, организации и защиты КТ - Ф. Котлера, Дж.М. Эванса, Ф. Уокера, И.Л. Акулича, Н.П. Беляцкого, А.Л. Друяна, В.А. Деружинского, Н.И. Кабушкина, А.В. Крысина, Л.М. Крюкова, Р.С. Седегова, Ю.В. Строцева, В.М. Чаплыгина, В.Г. Шаваева, В.И. Ярочкина и других.

**Связь работы с крупными научными программами, темами.** Тема диссертации является составной частью научной программы Республики Беларусь «Проблемы регулирования развития национальной экономики».

**Цель и задачи исследования.** Разработка методов идентификации ценной собственной информации (КТ) субъекта рынка и организационно-методических инструментов для ее защиты в условиях рыночной деятельности.

В соответствии с данной целью в диссертации последовательно решались следующие задачи теоретического и прикладного характера:

- исследования объективных причин появления КТ, ее понятие как коммерчески ценной собственной информации объекта хозяйствования и эволюции ее развития;
- систематизация имеющихся знаний, касающихся комплексного подхода к выделению КТ и ее защиты;
- определение потенциальных сведений по КТ с учетом параметров ценовой и неценовой конкуренции;
- проведение сравнительного анализа существующих подходов и раскрытия сути идентификации КТ как коммерчески ценных сведений, утеря которых может нанести ущерб субъекту хозяйствования;
- выделение функций служб субъектов хозяйствования и их анализ;
- формирование информационных блоков перечня сведений, составляющих коммерческую тайну на субъекте хозяйствования;
- разработка концепции защиты КТ как комплекса организационно-методических инструментов на субъекте хозяйствования;
- исследование состояния и перспектив развития частной правоохранительной деятельности;
- разработка предложений по организации совместной работы государственных правоохранительных органов, частных охранных агентств и служб безопасности субъектов хозяйствования;
- практической апробации разработанных методик и рекомендаций на реальных хозяйственных объектах Республики Беларусь.

**Объект и предмет исследования.** Объектом исследования в данной работе являются субъекты хозяйствования различных форм собственности. Исследования проводились на реальных хозяйственных объектах Республики Беларусь. Обследовано свыше 60 организаций (предприятий) различных форм собственности.

Предметом исследования является процесс идентификации и организации защиты КТ на субъекте хозяйствования.

**Методология и методы проведенного исследования.** Методологической и теоретической основой диссертации явились труды белорусских и зарубежных ученых-экономистов, маркетологов и специалистов по экономической безопасности. В процессе исследования применялись различные методы раскрытия сущности изучаемых явлений и закономерностей их развития: анкетный опрос, методы маркетингового анализа, в том числе, сегментация, портфолио-анализ, "петля качества" и методы системного анализа.

**Научная новизна и значимость полученных результатов** состоит в том, что впервые для предприятий Республики Беларусь разработана комплексная система идентификации и управления защитой КТ на субъекте хозяйствования, включающая в себя:

♦ разработку методики формирования блоков перечня сведений, составляющих коммерческую тайну. Методика, в отличие от существующих аналогов, имеет более четкую структуру и представлена совокупностью методов отбора ценной собственной информации по признакам (факторам) основных этапов производства товаров, стадий жизненного цикла товаров и матрицы портфолио-анализа. Предлагаемый процесс отбора КТ проводится с учетом ценовой и неценовой конкуренции;

♦ обоснованы этапы идентификации КТ на основе принципов маркетинговой сегментации ценной информации субъекта хозяйствования. Это предложение является логическим продолжением предыдущей методики. Его сущность заключается в отыскании логики действий и учете факторов (признаков), характеризующих коммерческую тайну на данном конкретном субъекте хозяйствования. При этом процесс идентификации сведений, составляющих коммерческую тайну, из всего массива циркулирующей на объекте информации, подразделяется на несколько этапов. Последовательное их выполнение приводит к определению наиболее ценной информации по категориям важности (секретности), подлежащей ограниченному распространению как КТ субъекта хозяйствования, и экономит средства на организацию и обеспечение защиты.

♦ сформированы основные положения составления программы защиты КТ на субъекте хозяйствования. В предлагаемой методике на основе анализа наиболее вероятных каналов утечки ценной информации обоснован порядок разработки организационно-технических мероприятий. Аналитические исследования и моделирование вероятных угроз позволяет наметить дополнительные меры защиты КТ.

♦ выработаны рекомендации по организации совместной работы государственных правоохранительных органов, частных охранных агентств и служб безопасности субъектов хозяйствования при защите КТ. Взаимодействие государственных правоохранительных органов с частными службами безопасности предполагается осуществлять в следующих формах: обмен оперативной информацией, совместное использование оперативных сил и средств, подготовка кадров, изучение присутствия иностранных граждан.

**Практическая значимость полученных результатов** состоит в том, что в диссертации обоснована концепция защиты КТ как комплекс организационно-методических инструментов идентификации и защиты КТ, который может быть использован в качестве интеллектуального продукта для практического применения на любом субъекте хозяйствования и учитывает принципиальные изменения экономики переходного периода и становления рыночных отношений.

Теоретические выводы и практические рекомендации диссертации могут служить основой дальнейших исследований по этой проблеме.

Материалы исследования вошли в научный отчет по кафедре организации и управления БГЭУ "Защита коммерческой тайны" (х/т №60-б 1994 г.).

Положения и выводы работы использовались при составлении программы дисциплин "Организационные методы защиты коммерческой тайны" и "Защита коммерческой тайны" в БГЭУ.

**Экономическая значимость полученных результатов.** Комплекс организационно-методических инструментов позволяет предотвратить утечку ценных сведений (КТ) и соответственно возможный ущерб от ее разглашения, повысить экономическую эффективность научно-производственной и маркетинговой деятельности субъектов хозяйствования.

**Основные положения диссертации, выносимые на защиту.**

1. Переход к рыночным отношениям потребовал от руководителей и специалистов субъектов хозяйствования различных форм собственности умения ориентироваться в новой области деятельности – защите коммерческих секретов (тайн), включая промышленные, технологические, финансово-кредитные и т.д.

2. Комплексная оценка состояния интеллектуально-промышленной собственности в Республике Беларусь показала, что основными недостатками в области защиты коммерческой тайны являются:

- ♦ чрезвычайно широкая трактовка понятия «коммерческая тайна» в законодательных документах Республики Беларусь, что вызывает сложности в ее идентификации для субъектов хозяйствования;

- ♦ отсутствие в существующих отечественных и зарубежных методиках по выделению коммерческой тайны тщательного подхода к определению предварительного перечня собственной ценной информации предприятия (фирмы), что приводит к различию этапов идентификации и неполному набору признаков, характеризующих коммерческую тайну, а также отсутствие критериев ее оценки и категорирования по ценности для дифференциации защитных мер;

- ♦ неразработанность для субъектов хозяйствования Республики Беларусь концепции защиты коммерческой тайны;

- ♦ отсутствие на субъектах хозяйствования служб безопасности или недостаточное обеспечение ими функций защиты коммерческой тайны;

- ♦ нескоординированность совместной работы государственных правоохранительных органов, частных охранных агентств и служб безопасности предприятий (фирм) по выявлению, предупреждению и пресечению утечки коммерческих секретов.

3. Для организации эффективной защиты коммерческой тайны на субъектах хозяйствования Республики Беларусь представляется целесообразным:

- ♦ формирование концепции защиты коммерческой тайны;
- ♦ разработка эффективных методов идентификации коммерческой тайны и организационно-методических инструментов ее защиты;
- ♦ создание на предприятиях (фирмах) специальных подразделений по выполнению функций защиты коммерческой тайны;

♦ организация совместной работы государственных правоохранительных органов, частных охранных агентств и служб безопасности предприятий (фирм) по выявлению, предупреждению и пресечению утечки коммерческих секретов.

**Личный вклад соискателя.** Работа является самостоятельным оригинальным научным трудом, который дает возможность осмыслить теоретические и практические проблемы обеспечения защиты коммерческой тайны на субъекте хозяйствования для успешной деятельности в условиях конкурентной среды.

**Апробация результатов диссертации.** Основные положения диссертации доложены автором на научно-методической конференции профессорско-преподавательского совета, сотрудников и студентов "Совершенствование содержания и качества подготовки специалистов экономического профиля", которая проходила 21-22 февраля 1996 года в БГЭУ и на научно-практической конференции "Современная модель менеджера: оценка и перспективы развития", которая проходила 22-23 декабря 1997 года в БКУУ.

**Опубликованность диссертации.** По результатам диссертации опубликовано 7 работ общим объемом 183 страниц.

**Структура и объем работы.** Диссертация состоит из введения, общей характеристики, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложения общим объёмом 135 страниц, в том числе 12 приложений, 12 рисунков, 3 таблицы. Список использованных источников включает 126 наименований.

### Основное содержание работы

**Во введении** обоснована актуальность выбранной темы диссертационной работы, определена цель и задачи исследования, изложена структура работы, отмечены ее основные результаты.

**В первой главе** "Объективные причины появления КТ" развиваются теоретические понятия КТ, исследована эволюция развития и объективные причины ее появления.

Коммерческая тайна определяется в работе как любая собственная информация, имеющая действительную или потенциальную коммерческую ценность для субъекта хозяйствования, утечка которой может нанести ему ущерб. В широком смысле слова собственная ценная информация может быть определена как "коммерчески ценные идеи". При этом не обязательно, чтобы это было что-то новое на уровне изобретения или открытия. Важно, чтобы эта информация не была общеизвестной, а состояла из знаний, способствующих прибыльности предприятия (фирмы), т.е. собственной ценной информацией являются те знания, которые можно продать, обменять или реализовать на рынке.

Некоторые исследователи этой проблемы вводят свои понятия и терминологию, называя собственную ценную информацию предприятия, например, предпринимательской тайной, подразделяя ее на промышленную, производственную, коммерческую и финансово-кредитную и т.д.

Возможно в такой трактовке есть своя логика понятий предпринимательских секретов, однако это может только запутать проблему, так как существует два вида собственной информации: технологическая и деловая. Понятие "промышленная тайна" - это по сути дела то, что определено уже у нас и за рубежом под понятием "технология" (технологическая информация), а понятия коммерческой и финансово-кредитной тайн - под понятием "собственная деловая информация" предприятия (фирмы). Поэтому совокупность секретов (тайн) технологии и деловой информации составляет собственную ценную информацию предприятия (фирмы). Выделение же из нее по определенным признакам и экономическим критериям наиболее важной информации для предприятия и составит его коммерческую тайну как коммерчески ценную и требующую особой защиты.

Понятие "КТ" регламентируется статьей 96 Закона Республики Беларусь "О предприятии в республике (гл.27) и положением Республики Беларусь о КТ, утвержденное постановлением СМ РБ от 06.11.92 г. № 670. Однако, понятие КТ в этих законодательных документах трактуется чрезвычайно широко, и на практике очень сложно ограничить (определить) перечень информации, относящейся к ней. По сути в этих документах заложены лишь критерии, которым должны соответствовать сведения, составляющие КТ.

Автором предложен в результате исследования предварительный перечень сведений, составляющих коммерческую тайну субъекта хозяйствования.

Для определения информации, составляющей КТ, необходимо установить показатели, определяющие ценовые и неценовые характеристики товара (услуги), способствующие успеху на рынке.

Это позволит трансформировать и координировать информационные блоки предложенного автором перечня, использование которых обеспечивает преимущество в конкурентной борьбе за счет повышения качества, снижения цен, предоставления льгот, рекламы, развития послепродажного обслуживания, создания новых товаров и услуг.

В связи с постоянно меняющимся спросом и предложением субъекты хозяйствования вынуждены изменять формы и методы конкурентной борьбы, ее информационное обеспечение. Это в свою очередь приводит к изменению сведений, составляющих коммерческую тайну. Определенные сведения переходят в ряд КТ, а конкретные охраняемые ранее раскрываются, изменяется ценность закрытых сведений. Поэтому КТ - это непрерывно меняющийся во времени, длительность существования которого зависит от конкретных условий соперничества. Временной диапазон действия защиты конкретных сведений при этом довольно широк и может колебаться от нескольких минут до нескольких лет.



Показатель конкурентоспособности товара является важным, но не единственным компонентом конкурентоспособности субъекта хозяйствования. Факторов, влияющих на него, очень много. К ним относятся, по сути, все основные экономические условия процесса воспроизводства. Действие их (часто разнонаправленное) учесть сложно, поэтому для анализа необходимо выбирать те, которые можно рассматривать в качестве ключевых факторов успеха на рынке: финансовое положение, развитие собственных НИОКР, наличие передовой технологии, способность к маневрированию товарами и ценами, наличие сбытовой сети и опытных кадров сбытовиков, качество технического обслуживания, действенность рекламы и системы связей с общественностью, обеспеченность информацией. Многие из отмеченных факторов относятся к основным циклам производства и к числу так называемых организационно-коммерческих, обеспечивающих быстрое продвижение товара от производителя к потребителю. Значение этих факторов с позиции защиты КТ в последние годы стремительно растет.

**Во второй главе** «Действующие системы защиты КТ на предприятиях. Отечественный и зарубежный опыт» проведено исследование различных подходов к выделению сведений, составляющих коммерческую тайну, рассмотрены качественные и количественные оценки функций служб безопасности на предприятиях (фирмах) РБ и потенциальных каналов утечки КТ, а также состояние развития и возможности частной правоохранительной деятельности для защиты КТ.

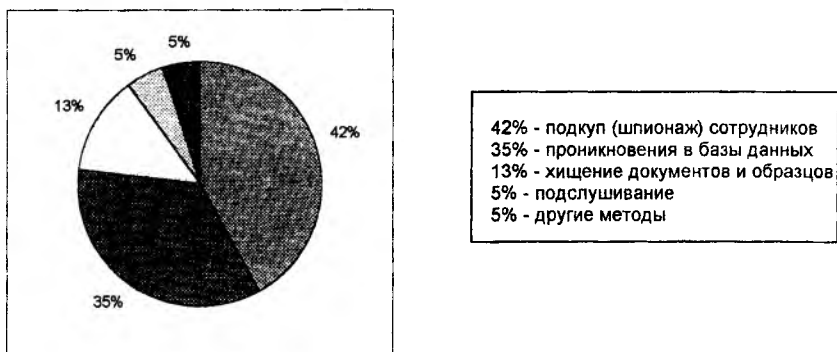
Исследование существующих отечественных и зарубежных методик по выделению КТ показывает отсутствие тщательного подхода к определению предварительного перечня собственной ценной информации предприятия (фирмы), различие этапов идентификации и неполный набор признаков, характеризующих коммерческую тайну. Главным недостатком практически во всех предлагаемых подходах к идентификации КТ является отсутствие экономических критериев оценки выделяемой ценной собственной информации предприятия (фирмы) и ее категорирования по ценности для дифференциации защитных мер.

Автором выявлены и проанализированы возможные каналы утечки охраняемых сведений и причины, их порождающие, для выработки эффективных организационно-методических инструментов.

Исследование зарубежных источников показало, что проценты утечки КТ по каналам и причины их порождающие распределяются следующим образом (рис. 1 и 2)\*\*.

Результаты обследования предприятий и организаций РБ, анкетных опросов слушателей-руководителей и специалистов Высшей школы управления и бизнеса приведены в табл. 1.

По этим данным видно, что наиболее значительными по утечке ценной информации для государственных предприятий являются: служебный персонал, охрана помещений, технические средства связи и компьютеры, по



\*\* Источник: журнал «Markt und Mittelstand» (ФРГ), № 1, 1998, с.31

Рис. 1. Эффективность способов экономического шпионажа конкурентов (по данным экспертов ЕС) по состоянию на 1 января 1998 г.

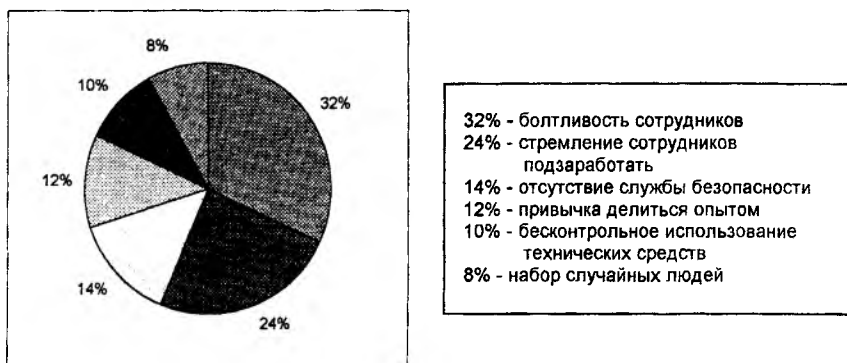


Рис. 2. Условия утечки коммерческой тайны (по данным экспертов ЕС).

сещение предприятий, партнеры. На частных фирмах эти каналы утечки немного отличаются: служебный персонал, информационная техника, охрана помещений, партнеры и торговые представители.

Основными причинами утечки называют: стремление сотрудников подзаработать или создать свое дело в этой области бизнеса, их болтливость, набор случайных людей, отсутствие службы безопасности, привычка делиться опытом (особенно на государственных предприятиях), неосторожность в рекламной, выставочной и научной деятельности, отсутствие инструкций по за

**Оценочные данные утечки коммерческой тайны  
на предприятиях (фирмах) Республики Беларусь  
(с учетом форм собственности) по состоянию на 1 января 1998 г.**

№№ п/п	Каналы утечки коммерческой тайны	Утечка коммерческой тайны (в %)	
		Государственные предприятия	Частные предприятия
1.	Служебный персонал	25	23
2.	Охрана помещений	20	15
3.	Партнеры	10	8
4.	Посещение предприятий	10	7
5.	Незащищенные линии связи и компьютеры	14	20
6.	Реклама, выставки	8	7
7.	Публикации	8	7
8.	Торговые представители	4	8
9.	Поставки смежников	1	5

\*Источник: собственная разработка

щите КТ и обучения персонала, программ защиты КТ, методик выделения и категорирования ценной информации и др.

Важным структурным подразделением, организуемым администрацией для обеспечения целостности технико-технологических, экономических, правовых, коммерческих, режимных и физических компонентов предприятия, фирмы является служба безопасности.

Наиболее оптимальная структура службы безопасности в проблеме защиты КТ может быть определена при анализе всех функций обеспечения защиты КТ и выделении из всего комплекса тех, которые наиболее адекватно соответствуют производственно-коммерческой деятельности предприятия. Автором предложен наиболее полный перечень функций, который необходимо выполнять службам безопасности с привлечением специалистов предприятия (табл.2).

Из табл. 2 видно, что удельный вес реализации каждой функции не высок, но у частных фирм он все же выше, чем у государственных.

Это подтверждает также, что создаваемые на отечественных предприятиях (фирмах) службы безопасности не имеют у себя разработанной и эффективно функционирующей научной системы идентификации и организационно-методических элементов защиты КТ, теоретической базы своей работы, что существенно снижает эффективность их функционирования и обуславливает существующий в настоящее время большой спрос на научные разработки в области проблем защиты КТ.

Многоукладная экономика в странах СНГ нуждается также и в разнообразных видах организации охраны и защиты КТ. Как показывает зарубежный опыт, в последние годы многие страны все более ориентируются не только на традиционные полицейские органы, но и на частные сыскные бюро и службы коммерческой и промышленной безопасности. Это объясняется в том числе и финансовой привлекательностью передачи ряда правоохранительных

Реализация функций защиты коммерческой тайны службами  
безопасности предприятий Республики Беларусь  
(в удельном отношении каждой функции)

№№ п/п	Функции службы безопасности По защите коммерческой тайны	Предприятия	
		Государственные	Частные
1.	Административно-распорядительные	0.3	0.35
2.	Хозяйственно-распорядительные	0.1	0.2
3.	Учетно-контрольные	0.2	0.3
4.	Социально-кадровые	0.3	0.4
5.	Организационно-управленческие	0.1	0.2
6.	Планово-производственные	0.1	0.25
7.	Организационно-технические	0.25	0.25
8.	Научно-методические	0.1	0.15
9.	Информационно-аналитические	0.01	0.1

\*Источник: собственная разработка

функций частным фирмам и возможностью в этой связи сократить в определенной степени расходы на милицию из государственного бюджета.

Признавая вспомогательную роль института частного правоохранения в сравнении с органами общественной безопасности, нельзя, конечно, отрицать тот дополнительный вклад, который вносит данный механизм в повышение защиты КТ: улучшение взаимодействия государственных и частных служб правопорядка, налаживание между ними регулярного обмена оперативной информацией, развертывание работ по унификации форм отчетности детективно-охранных агентств о преступных проявлениях с целью введения подобных данных в объединенные картотеки и информационно-поисковые системы.

Трудности в связи с расширением использования частных фирм в сфере экономической безопасности связаны с уровнем современного законодательства в этой области, который значительно отстает от нарастающих потребностей ужесточения борьбы с экономической преступностью. Здесь очень важно выработать оптимальные нормы взаимодействия частных фирм с государственными правоохранительными органами особенно в области защиты КТ.

В третьей главе "Разработка концепции защиты КТ как комплекса организационно-методических инструментов" рассмотрена методика формирования предварительного перечня сведений, являющихся ценной собственной информацией предприятия. Отмечено, что в отечественной и зарубежной литературе приводятся различные варианты перечня сведений, составляющих КТ предприятия (фирмы). Но в комментариях к ним отсутствуют пояснения, почему тот или иной блок сведений (цена, себестоимость, дизайн и т.п.) включен в "Перечень сведений, составляющих коммерческую тайну".

Ключом к пониманию, почему такие сведения целесообразно в тот или иной период защищать как коммерческую тайну, является конкуренция (ценовая и неценовая).

Знание особенностей ценовой и неценовой конкуренции позволяет понять, почему тот или иной показатель (параметр) разработанного или выпускаемого товара является КТ. Поэтому каждый информационный блок Перечня сведений КТ оценивается с позиции получения конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг. И чем значительнее могут быть выводы от использования этих сведений в конкурентной борьбе, тем они ценнее и требуют соответствующей защиты. Зарубежный опыт, обследование предприятий (фирм) РБ, анкетные опросы показали важность анализа и оценки сфер и циклов производства товаров при формировании такого Перечня.

Рассмотрение основных сфер, в которых возможны нововведения, показало, что наибольший объем сведений, составляющих КТ (нововведений, влияющих на конкурентоспособность), приходится на сферы: товар, маркетинг, производство, сервис, управление. Эти данные приведены в табл. 3.

Таблица 3\*

Объем нововведений (в % от числа обследованных)  
в сферах деятельности предприятий (фирм)  
по состоянию на 1 января 1998 г.

Сферы нововведений	Зарубежные страны				Беларусь	
	США	Европа	Япония	Среднее значен.	Государственные Предприятия	Частные предприятия
1. Маркетинг (исследования рынка, создание товаров рыночной новизны)	45	35	55	45	33	56
2. Товар	49	50	80	62	46	61
3. Сервис	42	36	51	43	38	41
4. Производство	27	33	53	37	25	52
5. Продвижение («промоушн»)	14	8	29	17	11	16
6. Финансирование	14	20	31	18	13	18
7. Управление	32	27	30	30	21	22
8. Социальная сфера	12	16	26	18	9	12

\*Источник: собственная разработка

Из таблицы 3 видно, что по количеству нововведений Япония занимает ведущее место, хотя в последнее время в Республике Беларусь активизировалась внедрение нововведений на частных предприятиях.

Включение собственной ценной информации предприятия в Перечень предлагается оценить их с учетом основных этапов производства товаров, образующих так называемую «петлю качества» товара.

Так, результаты маркетинговых исследований рынка и намечаемые на этой основе мероприятия являются информационной основой для эффективной производственно-коммерческой деятельности и поэтому могут быть отнесены к КТ предприятия.

С учетом этих особенностей рынка к КТ должны относиться и сведения о намечаемых усовершенствованиях выпускаемых изделий, включая технологию, и другие вопросы (а не только значительные инновации).

Проектирование и разработка включают определение основных технико-экономических параметров, составление сметы затрат, определение структуры затрат по этапам внедрения, определение цены, расчет прибыли, формулирование условий продажи, проектирование каналов и методов сбыта, порядок техобслуживания и объем услуг послепродажного обслуживания.

Каждый из вышеназванных этапов разработки нового товара, учитывающий результаты маркетинговых исследований, включает информацию, создающую предпосылки для конкурентных преимуществ, т.е. содержит сведения, составляющие коммерческую тайну.

Разработчики новой продукции используют сведения о дефектах, недостатках ранее спроектированных, но еще реализуемых на рынке изделий. Разглашение названной информации может нанести серьезный ущерб предприятию (фирме) в результате снижения уровня продаж и доверия потребителей.

Для руководителей предприятий и специалистов по защите КТ проблема дифференциации качества товаров относительно товаров конкурентов обязательно должна найти отражение в мероприятиях по защите информации. На стадии разработки товара определенную ценность как раз и будут представлять сведения (информация) о его свойствах, обеспечивающих существенное отличие от уже имеющихся на рынке изделий. Эти наиболее ценные сведения предприятия составляют коммерческую тайну. При приобретении товара потребители руководствуются не только ценой, но и показателями дифференциации товаров, достигнутой в результате эффективного дизайна. Усилия предприятий направляются на повышение значимости собственных товаров в глазах клиента и на углубление разницы между своими товарами и товарами конкурентов.

Целесообразно сначала составить исчерпывающий перечень свойств своего товара, а затем задаваться вопросом, какое из этих свойств, будучи усовершенствованным, обеспечит ему наибольшее конкурентное отличие. Именно эти сведения с большей вероятностью могут быть отнесены к КТ.

Материально-техническое обеспечение также является важнейшим этапом процесса производства товаров. Наиболее ценная информация, требующая защиты, — сведения, использование которых может привести к созданию узких мест в снабжении. Следствием разглашения КТ в этой области деятельности может стать повышение цен на сырье, оборудование, комплектующие; срыв поставок, расторжение контракта; снижение уровня сотрудничества предприятия с поставщиками и т. п.

Оценка роли управленческой информации в конкурентной борьбе за получение преимуществ перед экономическими соперниками позволяет также включить ряд сведений из этой сферы деятельности предприятия в перечень данных, составляющих коммерческую тайну.

Ощутимый экономический ущерб может нанести разглашение КТ на этапе испытания рынком разработанного товара. Главное в процессе рыночных испытаний — оценить привлекательность товара для потребителей. Необходимо обеспечить защиту таких сведений, которые существенным образом облегчили бы принятие конкурентами соответствующих контрмер. Как правило, охране на этой стадии подлежат торговая марка продукта, название фирмы, проводящей испытание, результаты испытаний, время запуска продукта в промышленное производство и т.п.

Существенное значение для организации успешного сбыта продукции имеет упаковка. По существу, упаковка является самостоятельным товаром. Поэтому к КТ целесообразно относить сведения, описывающие характеристики разрабатываемых упаковок, технологию их изготовления, экономический показатель производства и использования.

Важным этапом исследования сбытовой деятельности является анализ издержек обращения. Эти сведения, безусловно, создают определенные преимущества в экономическом соперничестве и могут быть отнесены к КТ.

В последние годы в промышленно развитых странах службы безопасности стали принимать меры по защите информации, которую соперничающие фирмы могут получить при анализе отходов продукции, поступающих в утилизацию или на рынок. Главной формой защиты является содержание в тайне фирмами, специализирующимися на продаже отходов производств, сведений о предприятиях-поставщиках этого сырья.

Исследование информационного отражения процессов производства и сбыта позволяет выделить структурные элементы перечня сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия. В перечень предлагается включить следующие блоки (разделы) информации: производство; управление производством; планирование; финансовое состояние; технология производства; НИОКР; рыночная политика и состояние рынка; партнеры и конкуренты; переговоры и контракты; цены; сбыт; собственная безопасность предприятия.

При отнесении сведений к КТ необходимо учитывать также, на какой стадии жизненного этапа информация может быть использована. Если результаты НИОКР могут найти применение на стадиях появления товара на рынке, роста, зрелости, то ценность будет высокой. Результаты же, полученные на стадиях насыщения и спада, не меняющие положение товара на рынке, могут оказаться для данного предприятия морально устаревшими.

Целесообразность включения информации в перечень охраняемых сведений зависит и от того, для какого вида товара она может быть использована. Для этого можно использовать матрицу БКГ (Бостонской консультационной группы), в которой по степени значимости выделяют четыре типа производимой продукции.

- Товары, на рынке которых позиции фирмы выигрышны и спрос на них растет высокими темпами. Защиту производственных и научных секретов необходимо вести особенно тщательно.

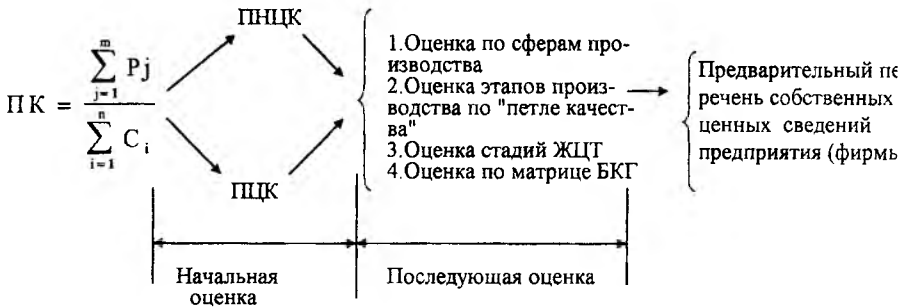
- Товары, являющиеся основным источником прибыли предприятия. Фирма занимает устойчивое положение на рынке этих товаров, но перспективы увеличения спроса неблагоприятны. Поэтому расходы средств на защиту КТ ведутся с учетом данной обстановки.

- Товары, емкость рынка которых будет расти, но фирма контролирует небольшую его долю. Проводятся дополнительные исследования по установлению перспективности данного товара. Результаты этих исследований прямо связаны с ценностными качествами информации.

- Товары неперспективные. Возможность роста объема продаж незначительна, доля фирмы на рынке низка. От производства товаров предприятие отказывается. Для них вероятность отнесения сведений к КТ крайне мала.

Необходимо отметить, что жизненные циклы современных товаров имеют явно выраженную тенденцию к сокращению, поэтому интервалы существования конкретных сведений, составляющих коммерческую тайну, становятся все меньше. Это необходимо учитывать при актуализации КТ в Перечне.

Таким образом методика формирования предварительного перечня сведений, являющихся ценной собственной информацией предприятия (фирмы), может быть представлена следующей последовательной цепочкой оценочных действий (рис.3).



где: ПК - показатели конкурентоспособности; ПНЦК - показатели неценовой конкуренции; ПЦК - показатели ценовой конкуренции.

Рис.3. Последовательность оценочных действий формирования перечня сведений коммерческой тайны.

На базе этой методики усовершенствована "Методика выделения КТ на предприятии (фирме); сущность которой заключается в отыскании логики последующих действий и учете факторов (признаков), характеризующих КТ на конкурентном предприятии (фирме).

Для этого предлагается использовать маркетинговый метод сегментации рынка потребителей. Тогда процесс идентификации сведений, составляющих



коммерческую тайну предприятия, из всего массива ценной информации, которым оно обладает, разделяется на несколько этапов. Последовательное их выполнение приведет в конечном счете к определению наиболее ценной коммерческой информации, подлежащей ограниченному распространению как КТ на предприятии, и экономит средства на организацию и обеспечение защиты.

Таким образом, усовершенствованная методика позволяет провести идентификацию наиболее ценной коммерческой информации из всего объема собственной информации предприятия, а также ее всестороннюю оценку по категориям для включения в “Перечень сведений, составляющих коммерческую тайну”. При этом необходимо иметь в виду также то, что для конкретного предприятия может быть осуществлен более жесткий многокритериальный анализ выделяемой информации с учетом его специфических особенностей и существующего объективного набора внутренних и внешних факторов (угроз).

Центральное место в организации защиты КТ на предприятии занимает выбор структуры службы, позволяющей эффективно решать эти важные вопросы.

В результате исследования автором предложена следующая структура службы безопасности, которая определяется в соответствии с целями, рассмотренными функциями и задачами защиты КТ. Ее деятельность должна быть направлена на комплексное решение поставленных задач на основе разработанной программы защиты КТ и применения взаимосвязанных организационно-методических инструментов, которые включают:

- службу режима и охраны: охрана зданий и помещений; охрана оборудования и линий связи; организация пропускного режима; обеспечение безопасности в экстремальных условиях (при пожарах и стихийных бедствиях); физическая охрана персонала предприятия; контроль и безопасность перевозок; предупреждение критических ситуаций; обучение и подготовка персонала; инспекция, ревизия, контроль);

- службу непосредственной защиты КТ: разработка перечня закрытой информации; разработка программы защиты КТ; обеспечение режима секретности документов и материалов; контроль посетителей и транспорта; расследование случаев нарушения;

- группу инженерно-технической защиты: организация инженерно-технической защиты конфиденциальной информации; блокирование несанкционированного получения информации с помощью технических средств; защита баз и банков компьютерных систем от разрушения информации и доступа к ней; разработка криптографических и программных средств защиты;

- группу защиты внешнеэкономической деятельности: организация обеспечения безопасности внешней деятельности; оценка и прогноз работы с партнерами и конкурентами; информационно-аналитическая работа; регламентация взаимодействий с внешними организациями и государственными

органами; участие в мероприятиях по взаимоотношениям с общественностью; экономическая разведка.

В диссертации показано, что уровень защиты, предусматриваемый программой, зависит от важности и объема защищаемой информации и стоимости мер по ее защите. Программа должна быть тщательно продумана и разработана с точки зрения комплексности и экономической целесообразности, а ее требования неукоснительно соблюдаться.

В программе должно быть уделено значительное внимание аналитическим исследованиям, моделированию вероятных каналов утечки информации, возможных приемов и способов несанкционированного получения закрытой информации.

Аналитические исследования, моделирование вероятных угроз позволяют наметить при необходимости дополнительные меры защиты. При этом следует оценить реальность их выполнения, наличие методических материалов, материального обеспечения, готовность персонала и службы безопасности их выполнить. При планировании учитываются имевшие место на предприятии недостатки в обеспечении сохранности КТ. При разработке программы защиты в план мероприятий включаются как чисто административные ограничительные режимные меры, так и планирование обучения персонала формам и методам защиты засекреченных сведений, использование элементов психологического обеспечения безопасности. Именно благодаря совмещению этих направлений защиты с научным, системным подходом к разработке и реализации превентивных мер можно добиться успеха.

Очень важным вопросом в проблеме обеспечения защиты КТ является организация совместной работы государственных правоохранительных органов, служб безопасности предприятий (фирм) и частных детективно-охранных агентств. В деятельности последних, а также служб промышленной и коммерческой безопасности выявлена тенденция к постоянному расширению диапазона решаемых ими задач в торгово-экономической и кредитно-финансовой сферах; увеличению численности персонала этих служб, дальнейшей специализации и профилизации работающих в них сотрудников; разработке и внедрению современных методов и приемов сбора, обработки, накопления и реализации экономической и другой информации; росту внимания со стороны руководства к вопросам, совершенствования экономической и профессиональной оперативной подготовке кадров этих служб.

Широкое внедрение предложенных автором рекомендаций позволит разработать процедуры определения их приоритетных задач, формулирование основных направлений совместной деятельности и ее координации с государственными правоохранительными органами. Это будет способствовать более квалифицированной работе соответствующих служб, повышению качества предоставляемых ими услуг и совершенствованию оценки руководством их результатов и эффективности.

Подобный подход к проблеме защиты КТ, как установлено автором, весьма целесообразен. Он позволяет постепенно и в соответствии с реальными потребностями и финансовыми возможностями наращивать меры безопасности, последовательно выстраивать несколько уровней комплексной защиты КТ.

Таким образом, процесс организации защиты КТ на предприятии (фирме) в рамках предлагаемой концепции рекомендуется реализовывать в следующей последовательности алгоритма:

1) идентификация КТ, т.е. определение того, что необходимо защищать:

- какая информация нуждается в защите;
- наиболее важные (критические) элементы защищаемой информации;
- срок жизни критической информации (время, необходимое конкуренту для реализации добытой информации);
- ключевые элементы информации («сигнальные точки»), отражающие характер охраняемой информации;
- классификацию «сигнальных точек» по функциональным зонам предприятия (производственно-технического обеспечения производства, персонал фирмы, финансы, управление и т.д.). В результате использования предложенных автором методик должен быть разработан перечень сведений, являющихся КТ на предприятии по категориям ценности;

2) разработка программы защиты КТ от конкурентов:

- определяется, кого может заинтересовать защищаемая информация;
- оцениваются методы, применяемые конкурентами для получения этой информации, а также вероятные направления использования слабых мест в существующей на предприятии системе обеспечения безопасности в конкретном случае;
- разрабатывается система мероприятий в рамках программы защиты КТ по пресечению действий конкурентов.

3) анализ эффективности принятых и постоянно действующих мер защиты КТ. При этом моделируется защита КТ и составляется хронологическое описание событий (или их функциональных связей), безопасность которых необходимо обеспечить. Для каждого события определяются «сигнальные точки», которые могут служить отправными данными для выявления критической информации. Определяются возможные специфические источники информации, анализ которых может привести к выявлению таких «сигнальных точек» (статьи в прессе, пресс-релизы, телефонные разговоры по незащищенным каналам, небрежное отношение к черновикам, передача излишней информации в ходе ведения переговоров, а также установившиеся стереотипы, шаблоны в повседневной работе и процедурах и т.п.).

На основе проведенных на первых трех этапах аналитических исследований определяются необходимые дополнительные меры по обеспечению

безопасности. При этом составление перечня дополнительных защитных мер, позволяющих «закрыть» выявленные уязвимые направления, сопровождается оценкой затрат, связанных с применением каждой меры. Сопоставление ожидаемого снижения уязвимости и предстоящих затрат дает возможность оценить экономическую целесообразность предлагаемых мер по приоритетности;

4) заключительный этап. Он выражается в осуществлении контроля за выполнением мер безопасности. При этом проверяется эффективность принятых мер, выявляются оставшиеся незащищенными или вновь возникающие уязвимые места. Реализуемые меры доводятся до оптимального уровня, вводится постоянный контроль за их функционированием. Определяется необходимость совместной работы с государственными и частными правоохранительными органами.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненное в рамках диссертационной работы исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Практическое использование существующих методов защиты коммерческой тайны на субъектах хозяйствования встречается, как правило, следующие трудности:

- благодущие и беспечность ряда руководителей предприятий (фирм), исповедующих в переходный (трансформационный) период к рыночным отношениям прежние методы хозяйствования неконкурентной среды;
- существующие методы защиты коммерческой тайны ориентированы в большинстве случаев на опыт работы по защите государственных секретов на субъектах хозяйствования;
- известные методики по защите коммерческой тайны нуждаются в совершенствовании с целью комплексного учета внутренних и внешних угроз конкурентной среды и рисков рыночной деятельности [1,6].

2. Основопологающим моментом необходимости защиты коммерческой тайны является то, что сведения, ее составляющие, могут быть товаром, т.е. предметом купли, предметом корыстных посягательств. Для того чтобы выступать в качестве товара, сведения должны быть ограничены для свободного пользования, т.е. принадлежать исключительно ее собственнику, который прежде всего оценивает их, определяет пределы и возможности использования и далее организует их защиту и реально ими распоряжается. Поэтому понятие коммерческой тайны в работе определяется как любая собственная информация, имеющая действительную или потенциальную коммерческую ценность для субъекта хозяйствования, утечка которой может нанести ему ущерб [1,6].

3. Понятие коммерческой тайны в законодательных документах Республики Беларусь трактуется чрезвычайно широко и на практике очень слож-

но ограничить (определить) перечень информации, относящейся к ней. По сути в этих документах заложены лишь критерии, которым должны соответствовать сведения, составляющие коммерческую тайну. Поэтому в работе сформулированы основные принципы идентификации коммерческой тайны, которые были апробированы на ряде предприятий Республики Беларусь [6].

4. Важным структурным подразделением на субъектах хозяйствования должна стать служба безопасности, которая формируется на основе анализа, оценки и прогнозов деятельности субъекта с целью решения задач экономической безопасности. В работе предложена наиболее оптимальная структура такой службы с полным перечнем функций защиты коммерческой тайны [6].

5. Результатом диссертационного исследования является создание комплексной системы идентификации и управления защитой коммерческой тайны на субъекте хозяйствования, включающей в себя:

- методику формирования блоков перечня сведений, составляющих коммерческую тайну;
- обоснование этапов идентификации коммерческой тайны на основе принципов маркетинговой сегментации ценной информации;
- основные положения по составлению программы защиты коммерческой тайны;
- рекомендации по организации совместной работы правоохранительных органов, частных охранных агентств и служб безопасности;
- алгоритм процесса организации защиты коммерческой тайны на субъекте хозяйствования в рамках предложенной концепции [2, 3, 4, 5, 6, 7].

6. Разработанные в рамках диссертационной работы организационно-методические инструменты рекомендуются для практического использования в организации защиты коммерческой тайны на предприятиях (фирмах) и других субъектах хозяйствования любой формы собственности [6].

**Основные положения диссертации отражены  
в следующих работах:**

1. Абдулла А. Идентификация коммерческой тайны на основе циклов производства // Веснік Беларус. дзярж. эканаміч. ун-та. – 1997. -- № 4 – С. 101—110.

2. Абдулла А. Методика преподавания дисциплины «Коммерческая тайна на предприятии» // Тез. докл. науч.-методич. конф. профессорско-преподавательского состава, сотрудников и студентов, Минск, 21-22 февраля 1996 г. / Беларус. гос. эконом. ун-т. – Минск, 1996. – С. 38—42.

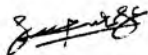
3. Абдулла А., Зубик В.Б. Использование матрицы БКГ в менеджменте для защиты коммерческой тайны // Материалы межвузовской науч.-практ. конф., Минск, 23-24 декабря 1997 г. / Беларус. коммерческий ун-т управления – Минск, 1997. – С. 202.

4. Абдулла А., Зубик В.Б. Методика выделения коммерческой тайны // Веснік Беларус. дзярж. эканаміч. ун-та. – 1997. -- № 2 – С. 90—95.

5. Абдулла А., Зубик В.Б. Разработка перечня сведений составляющих коммерческую тайну предприятия: Сб. науч. тр. молодых ученых / Беларус. гос. эконом. ун-т.; Под общ. ред. А.И. Гуторова. – Минск, 1997. – С. 437—443.

6. Гассиева И.И., Молочко Н.В., Абдулла А. Словарь-минимум экономических терминов: Русско-беларусско-англо-французко-арабский словарь: В 2 ч. – Минск: БГЭУ, 1996. – С. 4—88, 3—151.

7. Экономическая безопасность предприятия (фирмы) / В.Б. Зубик, Д.В. Зубик, Р.С. Седегов, А. Абдулла. – Минск: Вышэйшая школа, 1998. – 390 с.



## РЕЗЮМЕ

**Абдулла Ахмед Абдулла Хуссейн**

***«Идентификация КТ и разработка организационно-методических инструментов для ее защиты»***

**Ключевые слова:** коммерческая тайна, ценная собственная информация, идентификация, конкуренция, инструменты защиты, каналы утечки, перечень сведений, служба безопасности, методика.

**Объектом исследования** выбраны субъекты хозяйствования различных форм собственности. Предметом исследования является процесс идентификации и организации защиты коммерческой тайны.

В процессе исследования использованы статистические методы, методы системного анализа и синтеза, научной абстракции.

В диссертации разработана комплексная система идентификации и управления защитой коммерческой тайны на субъекте хозяйствования, включающая в себя: методики формирования перечня сведений по коммерческой тайне, ее идентификации, разработки программы защиты коммерческой тайны на предприятии (фирме); рекомендации по организации совместной работы государственных правоохранительных органов, частных охранных агентств и служб безопасности, а также алгоритм использования организационно-методических инструментов защиты коммерческой тайны.

Основные положения диссертации могут быть использованы при разработке систем управления защитой коммерческой тайны на субъектах хозяйствования Республики Беларусь, а также при разработке материалов в системе Минобразования по теме исследования.

## РЭЗІЮМЭ

Абдулла Ахмед Абдула Хусэйн

### *«Ідэнтыфікацыя і распрацоўка арганізацыйна-метадычных інструментаў для яе абароны»*

**Асноўныя словы:** камерцыйная тайна, каштоўная ўласная інфармацыя, ідэнтыфікацыя, канкурэнцыя, інструменты абароны, каналы страты, пералік звестак, служба бяспекі, метадыка.

**Аб'ектам даследавання** выбраны суб'екты гаспадарання розных формаў уласнасці. Прадметам даследавання з'яўляецца працэс ідэнтыфікацыі і арганізацыі абароны камерцыйнай тайны.

У працэсе даследавання выкарыстаны статыстычныя метады, метады сістэмнага аналізу і сінтэзу, навуковай абстракцыі.

У дысертацыі распрацавана комплексная сістэма ідэнтыфікацыі і кіравання абаронай камерцыйнай тайны на суб'екце гаспадарання, што ўключае у сябе: метадыкі фарміравання пераліку звестак па камерцыйнай тайне, яе ідэнтыфікацыі, распрацоўкі пракграмы абароны камерцыйнай тайны на прадпрыемстве (фірме); рэкамендацыі па арганізацыі сумеснай работы дзяржаўных праваахоўчых органаў, прыватных ахоўчых агенстваў і службаў бяспекі, а таксама алгарытм выкарыстання арганізацыйна-метадычных інструментаў абароны камерцыйнай тайны.

Асноўныя палажэнні дысертацыі могуць быць выкарыстаны пры распрацоўцы сістэм кіравання абаронай камерцыйнай тайны на суб'ектах гаспадарання Рэспублікі Беларусь, а таксама вучэбна-метадычных матэрыялаў у сістэме Мінадукацыі па тэме даследавання.



**RESUME****Abdulla Ahmed Abdulla Hussein**

***“Identification of commercial secrets and development of organizational and methodical instruments for this protection”***

**Key words:** commercial secrets, valuable proper information, identification, competition, instruments of protection, channels of leakage, list of information, security service, procedure.

**The object of investigation:** were chosen subjects of economic management of various patterns of ownership. The subject of investigation: is the process of identification and organization of protection of commercial secrets.

In the process of investigation statistical methods, methods system analysis and synthesis, methods of scientific abstraction were used.

Complex system of identification and management of commercial secrets protection at the subject of economic management was elaborated in the thesis. This system includes procedure of forming lists of information on commercial secrets, its identification, elaborations of programmes on commercial secrets protection at the enterprise (firm); recommendations on organization of joint work of state law-enforcement organs, private defence agencies and security services, and algorithm of use of organizational methodical instruments of commercial secret, protection.

The basic regulations of the thesis can be used in the process of elaborating the system of management of commercial secret protection at the subject of economic management of Belarus and the educational and methodical materials in the system of ministry of education on the topic of investigation.

Подписано в печать 20.12.99. Формат 60x84/16. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 1,6. Тираж 100 экз. Заказ 426

Белорусский государственный экономический университет.  
Лицензия ЛВ № 170 от 21.01.98.  
220070, г. Минск, пр. Партизанский, 26

Отпечатано в БГЭУ. ЛП № 336 от 16.03.99.  
220070, г. Минск, пр. Партизанский, 26