

Всего в Беларуси ныне существует около 160 молодежных организаций и объединений, работающих по различным направлениям. В последнее время очень активно идет рост региональных структур молодежных объединений. И если республиканские организации имеют больше возможностей заявить о своей деятельности в СМИ, например, то в регионах молодые люди порой даже не догадываются, что рядом с ними в их провинциальном городе успешно работает несколько молодежных организаций и инициатив.

Несмотря на это, определенный процент белорусской молодежи все-таки интересуется деятельностью политических партий и общественных движений. Таким образом, политические лозунги не пользуются популярностью среди белорусской молодежи. И, как следствие, большинство молодых людей не связывают свое будущее с социально-политической деятельностью.

Список литературы

1. *Пролесковский, О. В.* Белорусский выбор. Динамика в интересах народа / О. В. Пролесковский [и др.]. – Минск: ИСПИ, 2006. – С. 168–193.
2. *Сапего, Е.* Политическая культура современной молодежи / Е. Сапего // Комсомольская правда [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.kp.by/daily/25641.5/805939/>. – Дата доступа: 02.03.2013.

<http://edoc.bseu.by>

А. Д. Паращенко

Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент
Л. П. Павлова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ НЕРАСКРЫТОЙ ИНФОРМАЦИИ (КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ)

Коммерческая информация представляет собой сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг. К коммерческой тайне могут быть отнесены самые разнообразные сведения, связанные с производством, технологией, управлением, финансами и другими вопросами деятельности предприятия.

Из данного определения вытекают следующие обязательные признаки коммерческой тайны.

- информация должна иметь действительную или потенциальную коммерческую ценность для окружающих;
- к информации, составляющей коммерческую тайну, не должно быть свободного доступа на законном основании;
- обладатель информации должен принимать меры к охране ее конфиденциальности.

Возникает вопрос: вся ли эта информация подлежит защите или только отдельные ее группы? Если же для защиты выделяется только определенная группа информации, то по каким критериям (свойствам)? Отвечая на поставленные вопросы, следует подчеркнуть: защите подлежит не вся информация, а только та, которая представляет ценность для предпринимателя. При определении ценности коммерческой информации необходимо руко-

водствоваться такими критериями (свойствами), как: полезность, своевременность, достоверность и полнота поступивших сведений.

Большое значение в условиях развития многообразных форм собственности имеет вопрос определения принадлежности информации на правах интеллектуальной собственности конкретному субъекту предпринимательства, а в итоге наличия у него правомочий на ее защиту.

Информация государственных режимных предприятий в зависимости от степени важности (ценности), подразделяется на сведения, составляющие: государственную тайну, военную тайну, служебную тайну, иные сведения, не составляющие тайны, но представляющие интерес для иностранных спецслужб.

Прежде чем принимать меры к защите определенной информации, необходимо уточнить следующие вопросы:

1. Какие сведения нельзя скрывать, защищать от доступа к ним (от кого?)?
2. Какие сведения невыгодно скрывать (почему?)?
3. Какие сведения подлежат охране (кем и от кого?)?

К ним относятся:

- организационные сведения (устав и учредительные документы предприятия, регистрационные удостоверения, лицензии, патенты);
- финансовые сведения (документы об исчислении и уплате налогов, других платежей, предусмотренных законом, и т. п.);
- сведения о штате и условиях деятельности (число и состав работающих, их заработная плата, наличие свободных мест, влияние производства на природную среду, нарушение антимонопольного законодательства и т. п.);
- сведения о собственности (размерах имущества, денежных средствах, вложениях платежей в ценные бумаги, облигации, займы и т. п.).

Предприниматель, рекламирующий свою деятельность, должен знать, с какими препятствиями он может столкнуться, и как он сможет их преодолеть в своей конкретной ситуации. Не выход из данного положения и конспирация предпринимательской деятельности, как пытаются это делать некоторые фирмы. Без клиентуры, в зависимости от видов хозяйствования, они не будут иметь необходимой прибыли. Выход один – обеспечить свою безопасность с помощью государственных и частных форм защиты.

Е. П. Слабодник, А. А. Кутько

Научный руководитель – О. Н. Логвиненко, БФ БГЭУ (Бобруйск)

БЛАГОПРИЯТНЫЕ УСЛОВИЯ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВЕННОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ

Нельзя отрицать, что получение высшего образования – сложный и длительный процесс. Вузовская подготовка является одним из самых важных этапов профессионального становления личности.

Основной целью высшего образования является не только подготовка профессионала, востребованного на рынке труда, но и развитие у студентов