

# *храните тайну...*

*виктимологическая профилактика информации  
в малом бизнесе*

*Бизнес тесно связан с получением, обработкой и использованием информации. Потеря определенной информации может привести предпринимателя к финансовым потерям, даже к банкротству.*

*Возникают вопросы: «Как защитить информацию?», «Вся ли информация подлежит защите?». Ответ один: защите подлежит не вся информация, а только та, которая представляет ценность для предпринимателя.*

**И**зучение этой проблемы проводилось в 2003-2005 годах в рамках второго этапа исследования виктимологических<sup>1</sup> факторов в малом бизнесе в пяти регионах Сибирского федерального округа: Кемеровская, Томская, Новосибирская области, Алтайский и Красноярский края. Выборка составила 500 предпринимателей, по 100 бизнесменов от каждой административной единицы. Было возвращено и проанализировано 485 анкет, что составило 97%.

**Милевич А.С.**  
*канд. соц. наук,  
доцент кафедры  
экономической  
теории и экономики  
предприятий  
Кемеровского  
государственного  
сельско-  
хозяйственного  
института,  
директор  
производственно-  
торговой компании  
«Стальной канат», г.  
Кемерово*

<sup>1</sup> Виктомология (лат. victima – жертва + греч. logos – учение, наука), учение о жертве преступления, предусматривающее комплексное изучение потерпевшего во всех его проявлениях. Исследованию подвергаются потерпевший от преступления, связь «преступник – потерпевший», виктимность (повышенная способность человека в силу ряда духовных и физических качеств при определённых объективных обстоятельствах становиться «мишенью» для преступных посягательств) и виктилизация (процесс превращения лица в жертву преступления). Виктимология позволяет создать единый банк данных о потерпевших от преступлений и тем самым организовать систему научного обслуживания практической деятельности правоохранительных органов.

Исследование ставило цель выявить причины потери информации, которые негативно влияют на функционирование частного бизнеса. В качестве основного метода исследования было выбрано анкетирование. В анкете были вопросы на выявление отношения предпринимателей к работе с информацией. Предлагаемые варианты ответов были как закрытые (со сформулированным перечнем), так и открытые (ответ в свободной форме мог вписать респондент).

На вопрос: «Следует ли защищать предпринимательскую информацию?» были предложены варианты ответов: «Да», «Нет», «Не знаю». Мнения предпринимателей разделились:

- 393 респондента (81%) считают, что информацию надо защищать;
- 68 предпринимателей (14%) не знают, нужно ли это делать;
- только 24 бизнесмена (5%) уверены, что этого делать необязательно.

Необходимо отметить, что отрицательный ответ дали предприниматели со стажем работы около 1 года. Бизнесменов с аналогичным опытом большинство (60,3%) и среди сомневающихся. В первой группе преобладают предприниматели со стажем работы три года и более. Это свидетельствует о том, что опыт ведения частного бизнеса напрямую влияет на отношение к информации.

Утечка информации – одна из главных проблем малого бизнеса. Анализ анкет предпринимателей позволил выявить множество причин, среди которых, в порядке ранжирования по частоте ответов, следует выделить:

- кража информации конкурентами (91%),
- разглашение информации уволившимися или уволенными сотрудниками (91%);
- «экономия» средств на обновлении или замене устаревшего программного обеспечения (87%);
- слабое владение компьютером отдельными специалистами (33%);

***предприниматели готовы  
вкладывать деньги в повышение  
своего профессионального  
мастерства***

**утечка информации –  
одна из главных проблем  
малого бизнеса**

– отсутствие «защиты», не говоря уже о нескольких степенях (27%);  
– пренебрежение конфиденциальностью информации в пользу ее целостности (25%) и т.д.

На вопрос: «Были ли случаи утечки информации в вашей фирме?», предлагались варианты ответов: «Да», «Нет», «Сомневаюсь». Если «Да», то с какой периодичностью в течение года?» Предлагаемые ответы: очень редко, редко, довольно часто, постоянно, а также ответ в свободной форме. Анализ анкет показал, что категорическое «нет» в ответах только 38 бизнесменов (7,8%). Сомневающимися в утечке информации оказались 57 респондентов (11,7%). Согласны, что утечка информации в фирме существует 390 предпринимателей (81,2%). Это свидетельствует о том, что предприниматели знают проблему, но как ее решить и стоит ли ее решать, пока не определились.

Они не могут точно дать ответ на следующие вопросы:

1. Какие сведения нельзя скрывать?
2. Какие сведения невыгодно скрывать?
3. Какие сведения необходимо охранять?

Одной из причин незнания ответов следует рассматривать низкую профессиональную компетентность предпринимателей в работе с информацией, о чем свидетельствуют их ответы на вопрос: «Хотели бы вы изучить эти вопросы в теоретическом плане и его практическом применении?». Большинство (87%) дали положительный ответ: «Да, хотел (а)», «Не против», «Скорее всего, да». Отрицательно высказались лишь 49 респондентов, что составило 10%. И всего лишь 18 бизнесменов (3,7%) сказали категорическое «Нет», а 31 предприниматель (6,4%) ответил: «Скорее «нет», чем «да».

В то же время было научно интересно знать, какие причины препятствуют повышению профессиональной компетентности в работе с информацией. В качестве ответов было предложено несколько вариантов:

– Дорогое обучение;

- Обучение, в основном, в дневное время;
- Преподают педагоги, которые знают только теорию;
- В процессе обучения нет практических работ;
- Не хватает времени по производственной необходимости;
- (свой вариант ответа);

Следует отметить как положительный момент, что нет ответов «Дорогое обучение». Это свидетельствует о том, что, в принципе, предприниматели готовы вкладывать деньги в повышение своего профессионального мастерства. Все 485 респондентов (100%) в качестве основных причин отметили «нехватку времени по производственной необходимости» и «обучение, в основном, в дневное время». Предприниматели открыты к обучению. Только 26,4% из них (128 респондентов) волнует, что педагоги в основном теоретики. Хотелось бы получить практический опыт 200 бизнесменам (41%). Из них 46 предпринимателей (23%) не хотят тратить время на изучение теории. Остальные предприниматели готовы изучать теорию, но не так глубоко, как предлагают обучающие структуры.

Следует отметить, что в качестве свободного варианта ответа были вписаны следующие: «Удаленность курсов от места работы», «Ошибки учат лучше любого обучения», «Набираю штат профессионалов, их знаний хватает», «Достаточно личных консультаций со специалистами своей фирмы», «Нет проблемных, тематических кратковременных курсов». Практическая деятельность любой фирмы требует, чтобы для организации охраны и защиты информации был определен круг сведений, которые будут составлять ее коммерческую тайну. Они отражаются во внутри-организационном документе «Перечень сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия». Он утверждается руководителем компа-

***потеря определенной информации может привести предпринимателя к финансовым потерям, даже к банкротству***

нии. На практике для таких документов применяется гриф «Коммерческая тайна».

В производственной компании тайну могут составлять конструкторская документация, «ноу-хау», авторские права и патенты, а также сведения о заключенных или планируемых контрактах, о поставщиках, реальных и потенциальных клиентах; о конфиденциальных переговорах.

На вопрос: «Может ли ваша фирма самостоятельно защитить свою коммерческую информацию?» 69% бизнесменов (335 респондентов) ответили отрицательно. 85 человек (17,5%) ответили положительно, 65 предпринимателей (13,5%) поставили под сомнения свои возможности. Респонденты отметили, что «малый бизнес не располагает достаточными финансовыми возможностями, чтобы самостоятельно защитить свою коммерческую информацию».

Но предприниматель может частично обеспечить ее безопасность внутрифирменными мероприятиями, важным из которых является оптимальный подбор кадров. Анализ анкет предпринимателей показал, что утечка информации зачастую происходит по инициативе своих же сотрудников, уволившихся по «собственному желанию», уволенных по статье, а также служащих, подосланных для работы из конкурирующей фирмы. Поэтому предпринимателю необходимо регламентировать доступ к информации сотрудников. При увольнении

– проверить сохранность базы данных и сменить пароли.

На современном этапе в предпринимательстве конкурентная борьба невозможна без защиты собственной информации и получения информации о конкурентах. Предпринимательство и конкуренция две стороны одной медали, поэтому предприниматель вынужден защищать свои секреты и покупать секреты конкурентов.

***деятельность любой фирмы  
требует, чтобы  
для организации охраны  
и защиты информации  
был определен круг сведений,  
которые будут составлять  
ее коммерческую тайну***

Такая парадоксальная ситуация сегодня в малом бизнесе. Это подтверждают 374 предпринимателя (77%) Сибирского федерального округа. Защита коммерческой информации – первоочередная задача для бизнесмена. Причем этому необходимо обучаться. Для защиты важной информации собственник должен использовать как правовые, так и специальные меры.

**коммерческую тайну могут составлять конструкторская документация, ноу-хау, авторские права, патенты, сведения о контрактах, о поставщиках, клиентах и переговорах**

### **Литература**

1. Смольков Г.В., Левитан М.И. Предпринимательство и риск: опыт и проблемы. // Социально-политический журнал. – 1993. – №7. – С. 101-108.
2. Федорова Е. Продолжайте беспокоиться. Ваша внутренняя «спецслужба» полезна, но не давайте ей много власти. // Компания. – 1998. – №9. – С. 57.

**pn**

### **A.S. Milevich**

*Cand. Soc. Sci., Professor, Russian Academy of Natural Sciences; Docent, Department of Economic Theory and Business Economics, Kemerovo State Agricultural Institute; director, Stolnoi Kanat, or Steel Wire Rope, manufacturer and trader, Kemerovo*

Information victimization prevention for small businesses

**T**he author examines a key problem in business: protection of commercial information of small businesses. He finds that leakage of information is a financial problem that causes small businesses to fail more often than not. A review of entrepreneur survey questionnaires revealed the causes of information leakage. Himself a businessman of long standing, the author gives some advice to novice entrepreneurs and suggests that knowledge of commercial information victimization prevention techniques will enable them to keep their business safe.