

Магістр 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

**НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ  
ТА МЕТОДИ ВИКРАДЕННЯ  
ТАЄМНИЦЬ ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація. Розглянуто основні теоретичні аспекти недобросовісної конкуренції та узагальнено методи викрадення таємниць підприємства в сучасних умовах господарювання.*

*Аннотация. Рассмотрены основные теоретические аспекты недобросовестной конкуренции и обобщены методы хищения тайн предприятия в современных условиях хозяйствования.*

*Annotation. The main theoretical aspects of unfair competition and theft of generalized methods of business in the contemporary economy.*

*Ключові слова: конкуренція, комерційна таємниця, корупція, економічний шпіонаж, електронне викрадення, несанкціонований доступ.*

Конкуренція є рушійною силою ринкової економіки. Саме вона стимулює виробництво товарів, яких потребує споживач, сприяє встановленню обґрунтованих цін на товари, підвищенню якості товарів, послуг та поліпшенню умов їх реалізації. Зокрема, швидкий розвиток ринкової економіки або окремої сфери послуг, поява на ринку нових виробників товарів і послуг та відповідно встановлення більш жорстких вимог боротьби за споживача зумовлюють прояви недобросовісної конкуренції.

Теоретичні та методологічні основи управління комерційною таємницею в різних секторах економіки розробляли А. Даллес, Парфумів В. Е., Козлов С. Б., Іванов Е. В., Левін А. А., Поляков Г. Б., Ярочкін В. І. та інші вітчизняні та зарубіжні вчені. Проте в умовах активізації розвитку інформаціологічної економіки деякі питання щодо управління процесом створення та використання й захисту комерційної таємниці в конкурентному середовищі потребують подальшого розвитку.

Метою цього дослідження є узагальнення основних методів викрадення інформації, що представляє комерційну таємницю для суб'єктів господарювання.

Завдання дослідження:

- 1) визначити сутність поняття "недобросовісна конкуренція" та "комерційна таємниця";
- 2) розглянути форми та методи несанкціонованого доступу до комерційних таємниць конкуруючих організацій;
- 3) проаналізувати ряд вимог, яким повинна відповідати інформація, що становить комерційну таємницю підприємства.

-----

Об'єктом дослідження виступає комерційна таємниця як механізм забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Предмет дослідження – визначення методів та способів боротьби з недобросовісною конкуренцією.

Значення інституту комерційної таємниці для цивілізованих ділових відносин важко переоцінити. У країнах з налагодженим механізмом правового регулювання бізнесу він розроблений теоретично і практично. В Україні інститут комерційної таємниці поки що знаходиться на стадії становлення, і для вітчизняного законодавства його розробка актуальна як ніколи. Ця проблема існує не тільки і не стільки у високих сферах державних відносин, скільки у звичайному, повсякденному житті українського бізнесу.

В умовах ринкової конкуренції використовуються всілякі способи досягнення переваг, у тому числі збір інформації про інші організації. Все частіше трапляються випадки застосування нелегальних методів, що посилює жорсткість конкурентної боротьби. Адже без володіння інформацією про дії конкурента, передбачуваний попит на його продукцію, перспективні наукові розробки важко, а часом і неможливо бути конкурентоспроможним. У випадку, коли інформація має дійсну або потенційну комерційну цінність, вона становить службову або комерційну таємницю, до неї немає вільного доступу на законних підставах, тому власник інформації вживає заходів щодо охорони її конфіденційності. Відомості, що не можуть становити службової або комерційної таємниці, визначаються законом й іншими правовими актами. Звідси витікає вагомість з'ясування сутності комерційної таємниці підприємства.

Основні положення щодо комерційної таємниці передбачені Цивільним кодексом України, згідно з яким комерційна таємниця є об'єктом права інтелектуальної власності та до неї відноситься інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона загалом чи в певній формі та сукупності її складових є невід'ємною та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію. Розголошення таємниць наносить серйозні втрати стратегічним інтересам фірми, може поставити під загрозу її існування в подальшому.

Підприємства мають право зберігати в таємниці інформацію про різноманітні сторони своєї діяльності, поширення якої послаблює їхні позиції на ринку, а отже, становить інтерес для конкурентів. Комерційна таємниця є власністю підприємства. Можна з упевненістю заявляти, що її мета полягає в забезпеченні підприємству економічних переваг у конкурентній боротьбі.

Функціонування підприємств неможливе без конкуренції.

Згідно зі ст. 1 Закону України "Про захист від недобросовісної конкуренції", недобросовісною конкуренцією є будь-які дії в конкуренції, що суперечать правилам, торговим чи іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності [1].

Головний принцип конкуренції зі знаком "мінус" полягає в прагненні закріпити своє становище за рахунок послаблення позицій конкурентів чи їх повного усунення. Недобросовісна конкуренція здійснюється у формі економічного шпionaжу, корупції, неправдивої реклами, компрометації окремих робітників чи компаній загалом, фальсифікації та підробки продукції конкурентів, маніпуляції з діловою звітністю для отримання фінансових вигод і, нарешті, шляхом прямого обману, викрадення, нанесенням матеріальних збитків, психологічного та фізичного натиску.

Здійснення конкуренції може приймати всілякі форми, у тому числі й такі, як викрадення або збір чужої інформації, що носить загальновідому назву шпигунство. Особам, які займаються підприємництвом, уже доводилось зіштовхуватися з цією проблемою. З одного боку, вони змушені захищати свої секрети (цінну інформацію), а з іншого – намагаються заволодіти секретами конкурента, щоб мати перевагу в ринковому протиборстві. Спеціалісти у сфері стратегічного планування й управління виробництвом відносять збір інформації про конкурентів до звичайного маркетингу, так само як і інформацію про потенційних споживачів, репутацію фірми, державне регулювання на ринку тощо [2].

Зауважимо, що бажано збір інформації проводити в рамках ділового етикету, тобто, по-перше, легально, а по-друге, збирати саме ту інформацію, що надасть можливість іти разом з прогресом, але й не завдаватиме шкоди іншим компаніям, суспільству тощо.

Усі методи отримання таємниць підприємства можна поділити на легальні, напівлегальні й нелегальні [3].

Досить ефективними методами збору легальної інформації є залучення агентів-експертів, використання офіційних представництв за кордоном – посольств, консульств, торговельних та інших представництв.

Напівлегальні методи збору інформації найчастіше зачіпають моральні норми міжособистісних взаємин, етики менеджменту й підприємництва. Це можуть бути бесіди з фахівцями конкурента, конкурси, запрошення консультантів, використання фондів і товариств, наукових зв'язків, переманювання провідних спеціалістів, а також використання людських принад.

Нелегальні методи отримання таємниць підприємств стосуються таємних відомостей, що охороняються не тільки власником, а нерідко й законом [4].

Форми та методи несанкціонованого доступу до комерційних таємниць конкуруючих організацій:

- 1) підкуп чи шантаж працівників установ;
- 2) проникнення в бази даних, копіювання програм;
- 3) копіювання чи викрадення документів, схем, експериментальних і товарних зразків;
- 4) прослуховування телефонних розмов, прослуховування розмов у приміщеннях та автомобілях;
- 5) введення агентів в установи з метою отримання інформації;
- 6) безконтрольне використання інформаційних та копіювальних засобів в установах;
- 7) відсутність служби безпеки підприємства;
- 8) психологічні конфлікти між робітниками, між робітниками та керівництвом;
- 9) "електронне викрадення", суть якого полягає в розшифруванні програмної зашифрованої інформації. Люди, які займаються даним видом викрадень, називаються хакерами. Цей вид несанкціонованого доступу до інформації є найбільш поширеним там, де мають місце комп'ютерні мережі в межах фірми, організації, населеного пункту чи регіону [5].

Найчастіше витік інформації підприємств чи організацій відбувається з ініціативи співробітників через підкуп, помсту, необмежене використання важливих даних. Комп'ютеризація підприємницьких структур, нагромадження з її допомогою різної інформації полегшує пошук та одержання інформації про конкурентів.

Таким чином, як було зазначено, недобросовісна конкуренція на сьогодні займає передові позиції розвитку будь-якого підприємства чи установи, тому потрібно розробляти ефективні міри по усуненню негативного впливу

недобросовісної конкуренції та впроваджувати профілактичні заходи в середовищі організації для попередження та виявлення фактів викрадення таємниць підприємств.

Повний обсяг інформації про діяльність конкурента неможливо отримати тільки яким-небудь одним із можливих методів доступу до інформації. Тому чим більшими розвідувальними можливостями володіє правопорушник, тим більших успіхів він може досягти в конкурентній боротьбі. На успіх може розраховувати тільки той, хто швидше та якомога повніше збирає необхідну інформацію, у тому числі конфіденційну, обробляє її та приймає на цій основі правильні рішення.

*Наук. керівн. Ріпка Д. О.*

-----

**Література:** 1. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 року, прийнятий Верховною Радою України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 2. Нежданов А. Ю. Аналітична розвідка для бізнесу / Нежданов А. Ю. – Х., 2008 р. – 331 с. 3. Баяндін М. І. Технологія безпеки бізнесу: введення у конкурентну розвідку : навч.-практ. посібн. / Баяндін М. І. – Львів : Вид. "Юрист", 2007. – 320 с. 4. Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : навч. посібн. / Іванюта Т. М. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с. 5. Чернявський А. А. Безпека підприємницької діяльності : консп. лекц. / Чернявський А. А. – К. : МАУП, 2004. – 124 с.