

Д.В. СОЛОХА,

Приазовский государственный технический университет

В.А. КАПКАНЕЦ, М.В. МАКАРЕНКО,

ВАТ "Азов"

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ И КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА ПРЕДПРИЯТИЯ – КАК ПРЕДПОСЫЛКА УСТОЙЧИВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Вопрос глобализации экономических отношений в последнее время нашел широкий круг как приверженцев, так и их оппонентов. Такие ученые, как Шелегеда Б.Г., Дьяконова О.В. склоняются к мысли, что именно устойчивое развитие отдельных регионов и стран способно объединить человечество, относительно решения вопросов экологии, экономики и социальной защиты человека. Упрощенная принципиальная схема устойчивого развития приведена на рис. 1. Так из рисунка является очевидным решение триединого вопроса, о

котором говорилось выше, но ряд ученых отмечают свое отрицательное отношение к устойчивости как средству развития, то есть дискуссия еще впереди. Таким образом, остановимся на вопросах защиты конкурентоспособности и формировании коммерческой тайны предприятия, которые, на наш взгляд являются предпосылкой и так называемой основой устойчивого развития как отдельного производства, так и страны в целом. И даже всей цивилизации, если речь идет о глобальных преобразованиях механизма хозяйствования.



Рис. 1. Упрощенная принципиальная схема устойчивых экономических отношений

Трансформационные условия хозяйствования, в которых функционируют предприятия Украины, требуют поиска новых механизмов и подходов к осуществлению экономико-хозяйственной деятельности. Однако вследствие отсутствия в Украине национальной

трансформационной модели и неудачного заимствования чужих моделей экономического развития, в частности, модели экономических реформ, известной как "вашингтонский консенсус", к сожалению, переход в новое качество приобрел негативный характер.

Вместо прогрессивных экономических и научно-технологических сдвигов, построения социально ориентированного демократического государства, повышения материального благосостояния и духовного уровня жизни народа, Украина оказалась в глубоком кризисе. Вследствие этого, при одновременном обострении дефицита инвестиций и инноваций, процессы рыночной трансформации в течение 1990-1999 гг. сопровождалась, по существу, экономическим развалом. Макроэкономическая структура за этот период практически не улучшилась. Объемы товарного производства для насыщения спроса непосредственно потребительского рынка сокращались более быстрыми темпами, чем объемы выпуска промышленных средств производства. Произошло существенное сокращение добычи топливно-энергетических ресурсов, выпуска предприятиями ВПК наукоемкой и высокотехнологичной продукции (конкурентоспособных систем вооружений). Эти предприятия слишком медленно осуществляли конверсию и слишком быстро сворачивали свои производственные программы и вообще выводили из хозяйственного оборота.

В новом Послании Президента Украины Л. Кучмы Верховной Раде "О внутреннем и внешнем положении Украины" (втором его разделе "Итоги социально-экономического развития Украины и задачи на 2001 год") отмечено, что за годы экономического кризиса (1990-1999 гг.) ВВП сократился на 59,2%, объемы промышленной продукции – на 48,9%, сельского хозяйства – на 51,5%. Реальная заработная плата уменьшилась в 3,82 раза, а реальные выплаты пенсий – в 4 раза. Мировая экономическая история не знает подобных масштабов падения экономики в мирное время. Понадобилось пять лет напряженной работы, чтобы постепенно, шаг за шагом, вывести украинскую эко-

номику из катастрофы, в которой она оказалась.

Контуры прекращения дальнейшего спада и обеспечения экономической стабилизации и роста в Украине обозначились лишь в 2000 г. Достижения в развитии народного хозяйства за этот год позволили создать первооснову для стабилизации положения и перехода к фазе экономического роста, а затем и устойчивого его состояния. Так, в 2000 г. в нашей стране ВВП по информации президентского доклада возрос на 6%, повышение объемов промышленного производства составляло 12,9%.

Однако развитие экономики остается непрогнозируемым, о чем свидетельствует тот факт, что рост производства продукции на 10-12% является эффектом экономики, хотя мировая практика считает "экономическим чудом" максимальный рост валового национального продукта на 6-7%.

Трансформационные процессы в разных странах мира проходят в настоящее время под влиянием научно-технического и общественного прогресса и созидательной, регулирующей функции государства. При этом учитывается изменчивая конъюнктура рынков, анализ их прогнозирования и мониторинга, набирающие темпы процессы глобализации.

Экономика Украины традиционно основывалась на мощном промышленном комплексе, одним из составляющих фундамента которого является машиностроение. Таким образом, состояние машиностроительной отрасли определяет общий уровень благосостояния, развития науки и техники в Украине, а также, исходя из конъюнктуры мирового и внутренних рынков, относится к приоритетным отраслям и производствам украинской промышленности, которые на наш взгляд, имеют потенциал для поднятия конкурентоспособности своей продукции. В условиях структурной перестройки отрасли и перехода её к

рыночному механизму хозяйствования большинство предприятий наращивают объемы производства за счет освоения новых образцов промышленной продукции и товаров народного потребления. Предприятия должны постоянно ориентировать свою деятельность на рынок. Новая продукция является источником жизненной силы для предприятий. Новые продукты выходят на новые рынки, открывают новые перспективы развития, стимулируют новые инвестиции и придают устойчивость фирмам, предприятиям.

Усиление конкурентной борьбы вынуждает хозяйствующие субъекты по-новому подойти к защите информации, которая превратилась в товар, причем товар, нуждающийся в эффективной защите. Конкурентная борьба неизбежно предполагает сохранение в тайне сведений, обладание которыми посторонними лицами могло бы ослабить экономические позиции предприятия или нанести ему невосполнимый ущерб.

Например, при сборе первичной маркетинговой информации для предприятий и фирм, представляющих немассовые услуги специфического характера по установке специального оборудования (системы безопасности, телефонные станции, компьютерные сети).

Здесь велика роль неформальных методов сбора данных, осуществляемых зачастую, путем проведения технической, коммерческой, маркетинговой разведки. Источниками информации о фирмах-конкурентах могут быть также специализированные выставки. Здесь, следует иметь в виду, что некоторые фирмы демонстрируют на выставках еще не освоенную продукцию. В то же время бывают случаи, когда из опасения утечки информации предприятия и фирмы показывают устаревшие изделия, предпочитая демонстрацию новейшей продукции только своим клиентам непосредственно на предприятиях.

В данном случае машиностроительные предприятия оказываются наиболее незащищенными и подвергаются наибольшему риску, так как машиностроению принадлежит исключительно важная роль в ускорении научно-технического прогресса, так как мы знаем, что состояние машиностроения определяет общий уровень развития науки и техники в Украине.

По режиму доступа к информации законодательство разделило её на открытую и информацию с ограниченным доступом. Последняя в свою очередь по своему правовому режиму разделяется на конфиденциальную и тайную (рис. 2).

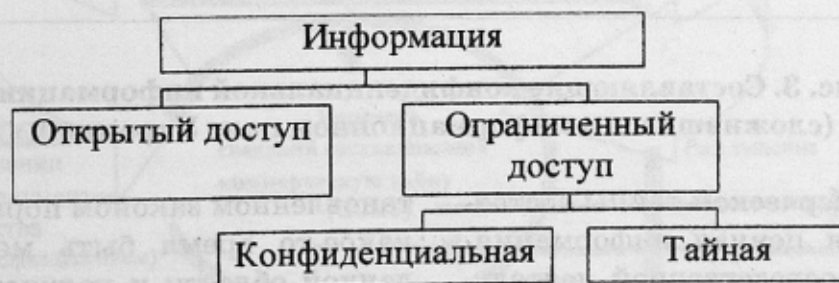


Рис. 2. Классификация информации по видам доступа к ней

Под конфиденциальной информацией подразумеваются сведения, которые находятся во владении, пользовании или распоряжении отдельных физических или юридических лиц и рас-

пространяются по их желанию соответственно предусмотренных ими условий.

Граждане, юридические лица, которые владеют информацией профессионального, делового, производственного

(банковского, коммерческого и другого характера, полученной на собственные средства, или такой, которая является предметом их профессионального, делового, производственного, банковского, коммерческого и другого интереса и не раскрывает предусмотренной законом тайны) самостоятельно определяют режим доступа к ней, включая принадлежность ее к категории конфиденциальной, и устанавливают для нее систему (способы) защиты.

На схеме 3 представлены составляющие конфиденциальной информации, сложившиеся к настоящему времени в Украине.

Как видим, поле конфиденциальной информации еще не разделено, и зако-

нодательство предусматривает тот факт, что будут появляться новые сектора, по мере развития трансформационной экономики.

Особый интерес для предприятий представляет сектор "коммерческая информация". В Законе "О предприятии" дается определение сведений, которые входят в понятие коммерческой тайны, а именно: "имеются в виду сведения, связанные с производством, технологической информацией, управлением, финансами и другой деятельностью предприятия, которая не является государственной тайной, разглашение (передача, утечка) которых может нанести ущерб его интересам".

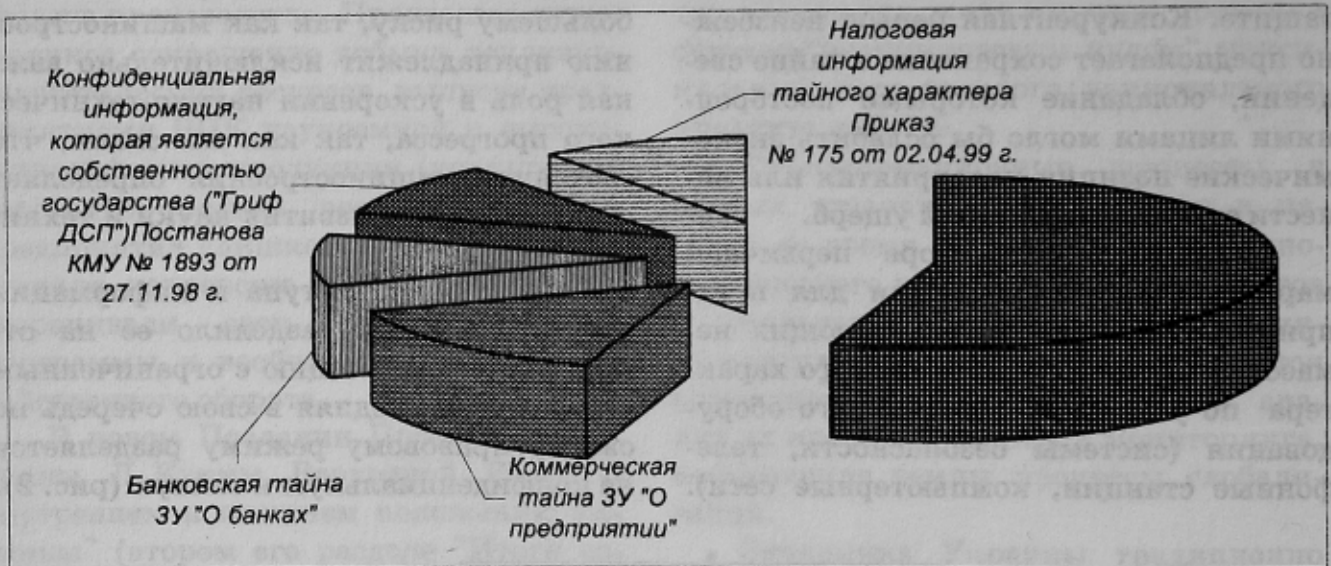


Рис. 3. Составляющие конфиденциальной информации (сложившиеся в информационном поле Украины)

Основу коммерческой тайны составляет собственная ценная информация, касающаяся непосредственной деятельности предприятия. Тайна предприятия (фирмы) – это его собственность, которая при эффективном использовании должна приносить прибыль. При этом дивиденды можно получать не только тщательно скрывая, но и своевременно распространяя информацию. Так, лицензирование достижений предприятия в ус-

тановленном законом порядке позволяет какое-то время быть монополистом в данной области и получать устойчивую прибыль, завоевать рыночную нишу на долгосрочный период.

Таким образом, понятие коммерческой тайны чрезвычайно широко, и поэтому очень сложно ограничить объем информации, относящейся к ней. Для более полного понимания этого термина следует четко представлять и то, что не

может быть коммерческой тайной. В Постановлении от 9.08.1993 г. № 611 КМУ дается перечень сведений, которые не относятся к коммерческой тайны. Нами предлагается оптимальный вариант определения и защиты коммерческой тайны приведенный на рис. 4, с учетом действующего законодательства.

Любое предприятие ищет новые возможности, ресурсы для развития предпринимательской деятельности, занятия лидирующих позиций на рынке. Для оценки конкурентоспособности выпускаемой продукции, на наш взгляд, необходимы следующие этапы:

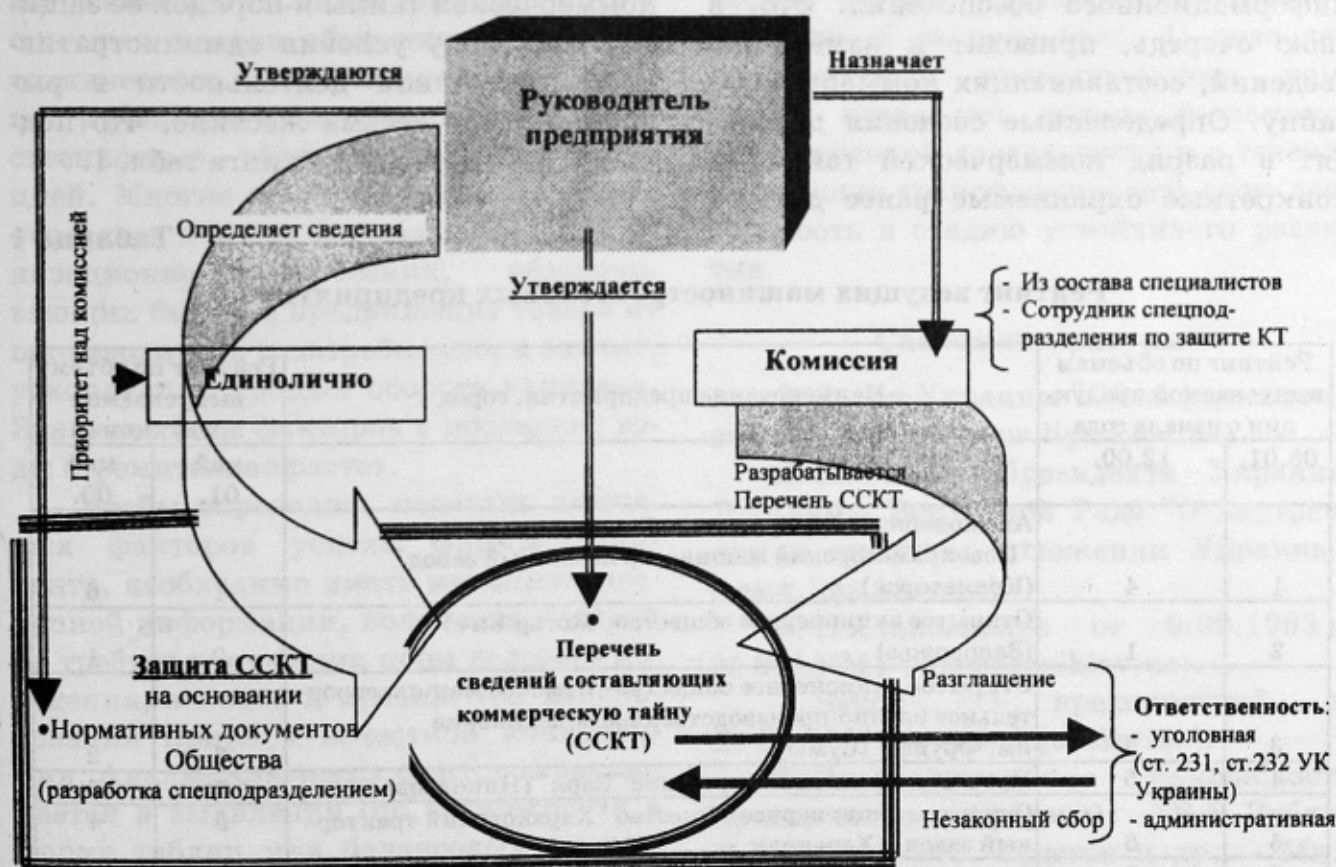
- маркетинговая экспертиза и анализ рынка, выбор наиболее конкурентоспособного товара-образца (эталона) в качестве базы для сравнения и опреде-

ления уровня конкурентоспособности своего товара;

- наиболее ответственный момент анализа конкурентоспособности, так как ошибка здесь может привести к искажению результатов всей работы. Образец должен, во-первых, принадлежать к той же группе товаров, что и анализируемое изделие, во-вторых, быть наиболее представленным для данного рынка, завоевавшим максимальное число покупательских предложений;

- определение набора сравнимых параметров обоих товаров;

- расчет обобщенного показателя конкурентоспособности товара с учетом максимально набранных потребительских и экономических параметров.



Комментарий:

- оперативное изменение Перечня (вплоть до исключения ССКТ, т.е. их может и не быть) **руководителем предприятия**
- ответственность за разглашение ССКТ не может распространяться на **руководителя предприятия**
- ССКТ могут быть только те, разглашение которых может принести ущерб интересам Общества
- перепоручение определения (утверждения) ССКТ другому должностному лицу законодатель не предусмотрено

Рис. 4. Порядок определения и защита коммерческой тайны предприятия

Эти параметры товара или часть из них могут составлять коммерческую тайну предприятия, особенно при проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских изысканий по созданию перспективных изделий.

Устойчивые позиции будут занимать предприятия, которые постоянно обновляют ассортимент выпускаемой продукции, разрабатывают и быстро осваивают новые образцы изделий и одновременно наращивают производительность труда, повышают гибкость производства, его эффективность, снижают все виды издержек и затрат.

В связи с постоянно меняющимся спросом и предложением предприятия находятся в постоянном поиске новых форм и методов конкурентной борьбы, ее информационного обеспечения. Это, в свою очередь, приводит к изменению сведений, составляющих коммерческую тайну. Определенные сведения переходят в разряд коммерческой тайны, а конкретные охраняемые ранее данные

рассекречиваются, изменяется ценность закрытых сведений. Здесь законодательство предусматривает тот факт, что перечень сведений, составляющих коммерческую тайну, а также порядок их защиты может изменяться.

Таким образом, коммерческая тайна – это непрерывно меняющийся во времени фактор, длительность существования которого зависит от конкретных условий соперничества. Временной диапазон действия защиты конкретных сведений довольно широк и может колебаться от нескольких минут (разработанная тактика проведения деловых переговоров) до нескольких лет.

В Законе "О предприятии" ст. 30 предусмотрено, что руководитель предприятия имеет право изменять перечень коммерческой тайны и порядок ее защиты, поскольку условия административно-хозяйственной деятельности в рыночной среде весьма жесткие, что подтверждают данные рейтинга табл. 1.

Таблица 1

Рейтинг ведущих машиностроительных предприятий

Рейтинг по объемам выпускаемой продукции с начала года		Наименование предприятия, город	Рейтинг по объему выпускаемой продукции за	
05.01.	12.00.		май 01.	май 00.
1	4	Акционерное общество закрытого типа "Новокраматорский машиностроительный завод" (Краматорск)	1	6
2	1	Открытое акционерное общество "Мотор-Сич" (Запорожье)	2	1
3	2	Открытое акционерное общество "Сумское машиностроительное научно-производственное объединение им. Фрунзе" (Сумы)	6	2
4	5	Производственное объединение "Заря" (Николаев)	7	3
5	6	Открытое акционерное общество "Харьковский тракторный завод" (Харьков)	9	4
6	8	Открытое акционерное общество "Азов" (Мариуполь)	8	9
7	3	Государственная акционерная холдинговая компания "Артем" (Киев)	5	10
8	11	Холдинговая компания "АвтоКрАЗ" (Кременчуг)	10	13
9	12	Открытое акционерное общество "Турбоатом" (Харьков)	11	11
10	9	Рубеженский казенный химический завод "Заря" (Рубежное)	13	8

Для того чтобы разработать эффективную производственно-сбытовую, маркетинговую стратегию, производителю недостаточно знать потребительские и экономические параметры товара фирмы-конкурента. Интегральный показатель конкурентоспособности товара является важным, но не единственным. Факторов, влияющих на нее, очень много. К ним относятся, по сути, все основные экономические условия процесса воспроизводства. Действие их (часто разнонаправленное) учесть сложно, поэтому для анализа выбирают 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 числу так называемых организационно-коммерческих, обеспечивающих быстрое продвижение товара от производителя к потребителю, а значит, ускоряющих процесс оборота капитала. Значение этих факторов в последние годы стремительно растет.

Чтобы определить перечень ключевых факторов успеха фирмы-конкурента, необходимо иметь максимум доступной информации, получение которой не требует нарушения норм делового поведения, законов и правил, т.е. использования приемов нечестной конкуренции. Анализ ключевых факторов заключается в выявлении (по возможности в форме таблиц или балансовых листов) сильных и слабых сторон конкурента. Это позволит избежать неблагоприятных для производителя форм конкуренции и максимально использовать достоинства своего предприятия. С аналогичных позиций должны быть оценены и собственные возможности предприятия. Ис-

пользование своих сильных сторон и укрепление (или сокрытие) слабых – основа маркетинговой стратегии производителя и защиты коммерческих тайн.

Положительные результаты в конкурентной борьбе могут быть и не получены, если информация (коммерческая тайна) о товаре, его качестве, сроках выведения его на рынок и т.д. станет известна экономическим соперникам, так как это позволит им при необходимости принять соответствующие контрмеры. Поэтому преимущество во времени как фактор конкурентной борьбы может быть реализовано только при обеспечении неразглашения коммерческой тайны предприятия (фирмы).

Таким образом, только умелое и профессиональное определение коммерческой тайны, определение методов и способов её защиты (рис. 4) позволят предприятиям промышленного комплекса преодолеть кризис экономической деятельности и с течением времени трансформировать свою деятельность в стадию устойчивого развития.

Список литературы

1. Закон Украины "Об информации" от 2.10.1992 г. (www.liga.kiev.ua).
2. Послание Президента Украины Л. Кучмы Верховной Раде "О внутреннем и внешнем положении Украины" (www.liga.kiev.ua).
3. Постановление от 9.08.1993 г. № 611 КМУ (www.liga.kiev.ua).
4. Закон "О предприятии" от 27.03.1991 г. (www.liga.kiev.ua).
5. Экономическая безопасность предприятия (фирмы), В.Б. Зубик, Д.В. Зубик, Р.С. Седегов и др., - Мн.: Высш. шк., 1998. - 391 с.
6. Постановление КМУ от 27.11.98 г. № 1893, Киев (www.liga.kiev.ua).
7. Наказ № 175 від 02.04.1999 р. державної податкової адміністрації України від 05.04.1999 р. 5001/7/28-0817.