

2. Косарева Л. Текущая ситуация на финансовых рынках / Косарева Л./ Приуралье, 2009.- № 134. – с. 8.
 3. Статистический бюллетень Национального Банка Республики Казахстан, 2009. - № 11. – с. 1-178.
 4. Анализ просроченной задолженности ссудного портфеля банков второго уровня Республики Казахстан // Информационный бюллетень «Агентства Республики Казахстан по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций», 2009. - № 174. – с. 1-6.
 5. Обследование банков второго уровня «Состояние и прогноз параметров кредитного рынка» // Информационный бюллетень Национального Банка Республики Казахстан, 2009.- № 10. – с. 1-5.
- УДК: 659.23

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ (КОММЕРЧЕСКАЯ) ТАЙНА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ НОВОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ

А. Б. Курмангалиева, магистрант

Научный руководитель: Т. Н. Траисова, кандидат экон. наук, доцент

Западно-Казахстанский аграрно-технический университет имени Жангир хана

Осы бапта қаралатын түсінік пен мазмұны кәсіпкерлік (коммерциялық) құпия және спецификалық құрылым тауар шаруашылығы жүйесінде көрсетіледі. Кәсіпкерлік мәлімет субъективті құрылым ретінде аса зор, өз құндылығын жоғары ұстайтын тауар. Комерциялық мәліметті тоқтату, фирманың құпиясын өз мәлімдемесін осы реттегі ешкім ешқандай нәрсені болдырмау.

В статье рассматривается понятие и содержание предпринимательской (коммерческой) тайны и специфика её функционирования в системе рыночного хозяйствования. Предпринимательская информация как субъективная категория представляет собой особого рода товар, имеющий определённую ценность. Необходимо разграничивать коммерческую информацию, представляющую тайну фирмы, от сведений иного порядка, которые не могут и не должны подвергаться неразглашению.

This article examines content and definitions of commercial confidentiality and specificity of its functioning in the system of market-driven economy management. Business information as a subjective entity is a specific kind of good which has a definite value. It is necessary to differentiate the commercial information which is considered a corporate secret from the other data which can not and not supposed to be kept in secret.

Защита предпринимательской (коммерческой) тайны – одно из новых понятий, вошедших в экономическую жизнь государств постсоветского пространства, ориентированных на рыночную экономику. Совершенно очевидно, что в условиях конкуренции наличие механизмов, защищающих сохранность предпринимательской информации хозяйствующего субъекта, становится необходимым условием позитивной деятельности последнего. В этой связи встаёт закономерный вопрос, какую же информацию следует защищать предпринимателю?

В наши задачи не входит анализ состояния нормативно-правового регулирования в сфере предпринимательской тайны. Отметим лишь, что законодательствами как Республики Казахстан, так и Российской Федерации даётся определение коммерческой тайны и предусматриваются правовые механизмы, касающиеся этого аспекта экономической деятельности. Так, в ст. 21 Закона РК «О защите и поддержке частного предпринимательства» коммерческая тайна определена как «любые сведения, связанные с

деятельностью хозяйственного субъекта, разглашение (передача, утечка) которых может нанести ущерб его коммерческим интересам» [1]. Законодательная база Российской Федерации располагает, наряду с Гражданским кодексом РФ, специальными законами (Закон «О коммерческой тайне» от 29 июля 2004 г., Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г.) [2].

Вместе с тем проблема защиты предпринимательской тайны продолжает оставаться предметом многочисленных дискуссий в среде экономистов и правоведов. Сложность её решения определяется, прежде всего, тем, что понятие «предпринимательская (коммерческая) тайна» выступает как субъективная категория, поскольку в различных сферах бизнеса к ней относятся и различные составляющие. Что является тайной деятельности коммерческого банка, в полном объёме не может быть таковой для промышленного предприятия или сельскохозяйственного объединения.

Формируя пакет сведений, относящихся к предпринимательской тайне, необходимо определиться и в содержании информации, которая может стать объектом охраны. И здесь вполне уместен вопрос: вся ли эта информация подлежит защите или только отдельные её группы? Если же для защиты выделяется только определённая группа информации, то по каким критериям, свойствам? Основным среди них, безусловно, следует признать её ценность для предпринимателя. В свою очередь, ценностные качества предпринимательской информации определяются её полезностью, своевременностью и достоверностью.

Полезность информации состоит в том, что она создает субъекту выгодные условия для принятия оперативного решения и получения эффективного результата. В свою очередь, полезность информации зависит от своевременного их доведения (получения) до субъекта предпринимательства. Например, из-за несвоевременного поступления полезных по своему содержанию сведений упускается возможность заключить выгодную торговую или иную сделку. Результат – время упущено, информация теряет свою полезность. Критерии полезности и своевременности тесно взаимосвязаны с критерием достоверности оцениваемой информации. Недостоверные сведения сводят к нулевому эффекту своевременность и кажущуюся их полезность для субъекта предпринимательства. При этом сам факт (например, желание конкретного лица заключить договор купли-продажи) может существовать реально, тогда как сведения о нём содержат искаженное представление.

Причины возникновения недостоверных сведений различны: неправильное восприятие (в силу заблуждения, недостаточного опыта или профессиональных знаний) источника факта или умышленное, с определённой целью, искажение о нём сведений. Как правило, сведения, представляющие интерес для предпринимателя, а также источник их поступления, должны подвергаться перепроверке. Можно сослаться еще и на такой критерий, как полнота информации. Однако вести речь о том, насколько полна информация о конкретном объекте (факте) и где её границы, довольно затруднительно и малоэффективно. В предпринимательской деятельности этот критерий особой роли не играет. Таким образом, полезность, своевременность и достоверность – составляющие той шкалы, по которой предприниматель определяет ценность поступивших сведений для своей хозяйственной деятельности и принимает по ним оперативное решение. Симптоматично, что в зарубежной экономической литературе предпринимательская информация рассматривается не в качестве средства достижения положительного результата - прибыли, - а, прежде всего, условия, способствующего или препятствующего его наступлению. Особо подчёркивается наличие стоимостного фактора предпринимательской информации, т. е. её способности выступать в качестве предмета купли-продажи.

Информация, используемая в предпринимательской деятельности весьма разнообразна. Её можно разделить на два вида: промышленная и коммерческая. Если к

промышленной информации относятся сведения о технологии и способе производства, технических открытиях и изобретениях, «ноу-хау», конструкторская документация, программное обеспечение и т. п., то коммерческая информация включает сведения о финансово-экономическом положении предприятия (бухгалтерская отчётность), кредитах и банковских операциях, о заключаемых договорах и контрагентах, структуре капиталов и планах инвестиций, стратегических планах маркетинга, анализе конкурентоспособности собственной продукции, клиентах, планах производственного развития, деловой переписке и прочее.

Вся эта информация представляет различную ценность для самого предпринимателя и, соответственно, её разглашение может привести (либо не привести) к угрозам экономической безопасности различной степени тяжести. С учётом этого положения предпринимательская информация состоит из трёх групп сведений:

- информация для открытого пользования любым потребителем в любой форме;
- информация ограниченного доступа – только для органов, имеющих соответствующие законодательно установленные права (прокурор в порядке надзора и в других случаях, предоставленных ему законом; правоохранительные органы по возбужденному уголовному делу; налоговые службы; аудиторские фирмы (по просьбе самого владельца); профсоюзы; государственные предприятия (учреждения); СЭС; экологические организации); информация для коммерческого предприятия и частных лиц;
- информация только для работников (либо руководителей) фирмы.

И лишь информация, относящаяся ко второй и третьей группам, является конфиденциальной и имеет ограничения в распространении.

В свою очередь, конфиденциальная информация – это документированная информация, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством государства. Часть этой коммерческой информации составляет особый блок и может быть отнесена к коммерческой тайне.

При отнесении той или иной информации к категории предпринимательской тайны следует учитывать два обстоятельства. Не секрет, что в сфере предпринимательской деятельности достаточно широко бытует практика, когда под предлогом охраны предпринимательской тайны скрываются сведения и документы, свидетельствующие о фактах финансовых злоупотреблений, нарушаются права работников, экологические нормы. С другой стороны, в условиях рынка чрезмерно засекречивать информацию становится невыгодно с экономической точки зрения, поскольку, как уже говорилось, информация – это рыночный товар, имеющий определённую цену и спрос.

Современная экономическая и юридическая теория и практика предлагает следующие параметры оценки информации, представляющей предпринимательскую тайну:

- ☐ её открытое использование связано с ущербом для предприятия;
- ☐ она не является общеизвестной или общедоступной на законных основаниях;
- ☐ предприятие сможет осуществить надлежащие меры по сохранению её конфиденциальности по соображениям экономической или иной выгоды;
- ☐ эти сведения нуждаются в защите, так как они не являются государственными секретами и не защищены авторским и патентным правом;
- ☐ сокрытие этих сведений не наносит ущерба обществу [4].

Следовательно, существует и такая информация в сфере бизнеса, которая должна быть открытой и доступной.

Обязательно открытыми должны быть сведения касающиеся:

- организационной структуры предприятия (устав и учредительные документы, регистрационные удостоверения, лицензии, патенты);

- финансовой деятельности (документы об исчислении и уплате налогов, других платежей, предусмотренных законом, документы о состоянии платежеспособности);

- административно-хозяйственной структуры: 1) число и состав работающих, их заработная плата, наличие свободных мест, влияние производства на природную среду, реализация продукции, причиняющей вред здоровью населения, участие должностных лиц в предпринимательской деятельности, нарушение антимонопольного законодательства;

2) размер имущества, объём денежных средств, вложения в ценные бумаги, облигации, займы, размер уставных фондов совместных предприятий.

Анализ многочисленных и во многом противоречивых трактовок предпринимательской тайны предприятия позволяет дать расширенную трактовку этой весьма сложной категории. В наиболее общем виде она включает информацию:

- ✓ о торговых отношениях фирм;
- ✓ об организации и размерах оборота средств;
- ✓ о состоянии рынка сбыта;
- ✓ о банковских операциях;
- ✓ о поставщиках и потребителях;
- ✓ о содержании патентов;
- ✓ о структуре капиталов;
- ✓ о планах инвестиций;
- ✓ о заключенных контрактах;
- ✓ о формировании цены на товар;
- ✓ о размере прибыли и объеме производства;
- ✓ о способах производства и технологии;
- ✓ об организации труда;
- ✓ о технических открытиях и изобретениях;
- ✓ о целях и характере исследовательских работ.

Целесообразно также в общем объёме предпринимательской информации выделять два основных блока. Согласно этому подходу, к категории научно-технической и технологической информации относятся сведения о конструкции машин и оборудования, используемых материалах, методах и способах производства, дизайне, программном обеспечении ЭВМ и др.

К категории деловой информации относятся:

- финансы предприятия (финансовая отчётность, состояние расчётов с клиентами, задолженность, кредиты, платёжеспособность, прибыль, себестоимость продукции и др.)
- стратегические и тактические планы развития производства, в том числе с использованием новых технологий, изобретений, ноу-хау;
- планы и объёмы реализации продукции (планы маркетинга, характер и объём торговых операций, уровень цен, складские запасы);
- анализ конкурентоспособности своей продукции, эффективности экспорта и импорта, предполагаемое время выхода на рынок;
- планы рекламной деятельности;
- списки торговых и других клиентов, конкурентов, сведения о взаимоотношениях с ними, их финансовом положении, условиях контрактов и др.;
- методы и организация управления;
- собственная оценка характера и репутации персонала и предприятия;
- система организации труда.

Таким образом, предпринимательская информация в современной бизнес - среде имеет свои специфические особенности:

- субъектом оценки предпринимательской (коммерческой) информации является её владелец (собственник);
- поступившие сведения и их источник подлежат обязательной перепроверке;
- ценность информации определяется с помощью таких критериев (свойств), как полезность, своевременность и достоверность;
- предпринимательская информация в зависимости от ценности имеет свою стоимость;
- информация подлежит защите при условии, что ценность информации зависит от сохранности в тайне от третьих лиц, доступ к информации закрыт на законном основании, обладатель информации принимает надлежащие меры по её охране;
- использование правовой системы позволяет предпринимателю правильно отделять частную информацию от сведений, составляющих государственные секреты, и не допустить конфликта с действующим уголовным правом.

Общая структура предпринимательской тайной информации представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура предпринимательской тайной информации

В свою очередь, предпринимательская тайна должна рассматриваться с ряда позиций:

- 1) как объект гражданских прав, объект интеллектуальной собственности;
- 2) как нераскрытая информация, представляющая коммерческую ценность;
- 3) как право субъекта на информацию;
- 4) как способ защиты информации от недобросовестной конкуренции;
- 5) как норма охраны интеллектуальной собственности предпринимателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон РК «О защите и поддержки частного предпринимательства».
2. Законодательство РФ о коммерческой тайне. – М.: Юрист. – 2008.
3. Экономическая безопасность России / Под ред. В. К. Сенчагова. 2-е изд. – М.: ИНФРА. – М. – 2005. – С. 738 – 748.

УДК: 336

**РОЛЬ ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ**

Б. К. Курмантаева, магистрант

Научный руководитель: **А. А. Айдаралиева**, кандидат экон. наук, доцент

Западно-Казахстанский аграрно-технический университет имени Жангир хана

Фискалдық саясат – бұл экономикалық өсуді жеделдету, инфляцияны бақылау және өндірістің нақты көлемін өзгерту мақсатындағы бюджетпен, шығыстармен және салықтармен тығыз байланысты саясат, мемлекеттің қаржы саясатының бір бөлігі болып табылады. Бұл мақалада экономикалық реттеудің негізгі механизмі ретіндегі фискалдық саясаттың экономикаға әсер етуінің негізгі әсерлері қарастырылады.

Фискальная политика является частью финансовой политики государства, это - политика манипулирования бюджетом, расходами и налогами в целях изменения реального объема производства и занятости, контроля над инфляцией и ускорения экономического роста. В данной статье рассматриваются основные рычаги воздействия фискальной политики на экономику как основного механизма макроэкономического регулирования.

The fiscal policy is a part of financial policy of the state; it is a policy of budget manipulation, charges and taxes with a view of change of real volume of manufacture and employment, the control over inflation and acceleration of economic growth. In the given article the basic levers of influence of fiscal policy on economy as basic mechanism of macroeconomic regulation are considered.

Государственное регулирование экономики осуществляется экономическими и административными методами или их сочетанием. При этом административные методы, как правило, используются в случае, если экономические методы недостаточно эффективны, а также в условиях кризиса. Методы экономического регулирования в отличие от административных не нарушают условий функционирования рыночного механизма. Они оказывают влияние на экономику через издержки производства, прибыль, заработную плату, развитие инвестиционной деятельности, увеличение объемов производства и реализации продукции, стимулирование потребления и другие методы экономического регулирования, в конечном счете, направлены на факторы, влияющие на соотношение спроса и предложения. Органы государственного управления имеют возможность регулировать размер эмиссии денег, изменять учетные ставки, налоги, пошлины.