Реферат

**«Промышленный шпионаж и экономическая разведка»**

**Содержание**

Вступление

1. История экономической разведывательной деятельности

2. Экономическая (конкурентная) разведка

3. Промышленный шпионаж

4. Контрразведывательная деятельность

Заключение

Источники

**Вступление**

В украинском Законе «О предпринимательской деятельности» говорится, что»… предпринимательская деятельность осуществляется гражданами на свой страх и риск». В настоящее время любой бизнесмен, независимо от величины его работающих активов, окружен различными факторами риска, способными в один момент превратить в ничто его материальные и финансовые ресурсы. Если проанализировать причины падения результативности предпринимательства в Украине, то большинство из них можно свести к одному – это неумение, а порой и просто нежелание заниматься обработкой и анализом имеющейся информации об окружающей его, часто агрессивной, среде. К сожалению, этот факт только начинает привлекать внимание отечественных бизнесменов, и мало кто из них может определить тип необходимой для его предприятия информации, квалифицированно организовать ее поиск, пополнение, хранение, систематизацию, избежать дезинформирования, умело использовать информацию при принятии решения и организовать текущий контроль предпринимательского проекта.

В связи с этим актуальным сегодня является создание стройной системы экономической разведки о рынках сбыта, конкурентах, партнерах, контрагентах, новых технологиях, законодательных актах и т.д., и кроме того – знание применяемых в бизнесе способов поиска, получения, использования информации, а также применяемых видов обмана и мошенничества.

Жесточайшая конкурентная борьба за рынки сбыта продукции, сферы приложения капиталов и стремление к получению максимальных прибылей вынуждают руководство крупных корпораций внимательно следить за деятельностью своих конкурентов. При этом может применяться как экономическая разведка, так и промышленный шпионаж.

Целью данной работы является рассмотреть задачи, объекты и методы экономической разведки и промышленного шпионажа, раскрыть смысл понятия «коммерческая тайна», обосновать необходимость проведения контрразведывательной деятельности.

**1. История экономической разведывательной деятельности**

Разведывательная деятельность (шпионаж) – явление столь же древнее, как и сама наша цивилизация. Экономическая разведка как неотъемлемый компонент исторического развития производительных сил меняла характер, формы и проявления в соответствии с эволюцией способа производства и уровнем развития науки и техники. В историческом аспекте экономическая разведка едва ли не старше военной и политической.

Классический пример экономической разведки можно найти уже в романтической истории, относящейся примерно к XV веку до нашей эры. В ней рассказывается о китайской принцессе, отправляющейся к своему возлюбленному за границу в шляпе из живых цветов, где были спрятаны шелковичные черви.

Родиной первых теоретиков разведки считается Китай, там уже в IV веке до нашей эры появился первый фундаментальный труд об этом нелегком ремесле. Это была книга «Искусство войны» блестящего китайского философа Сунь Цзы: «Если просвещенный государь или рассудительный генерал одерживают победу над противниками каждый раз, когда они переходят к действиям, то это достигается благодаря предварительной информации. Так называемая предварительная информация не может быть получена ни от духов, ни от божеств, ни по аналогии с прошлыми событиями, ни путем расчетов. Ее необходимо получить от человека, который знаком с ситуацией противника».

Сильный толчок развитию экономической разведки дало разделение труда и возникновение торговли и денег.

«Дело мужчин – наживать, дело женщин – сохранять», – писал Аристотель. Вряд ли римские легионеры читали философа, но поступали они в полном согласии с постулатом великого грека. Через свою разведку Рим получал информацию. Сведения о состоянии любой страны собирались по многим экономическим аспектам, начиная от климата и наличия дорог и кончая плодородием земель, трудолюбием населения и наличием продовольственных запасов. Особой заботой сената было выявление объемов и мест захоронения сокровищ, накопленных царями и правителями намеченных для завоевания земель. И то, что ныне представляется чуть ли не случайным выбором в захватнических войнах, в действительности представляло собой хорошо продуманную стратегию по захвату наиболее богатых стран и территорий.

Так или иначе, эмбрион экономической разведки, возникнув в доисторические времена, развился с зарождением торговли и ремесел. Как только те или иные приемы, приспособления, нововведения начинали приносить выгоды их владельцам, они тут же пытались их засекретить. Те же, кто терял на незнании, старались овладеть этими секретами любой ценой.

Зародышем коммерческой разведки, набиравшей силу с развитием ремесел и торговли, был частный шпионаж. Еще на заре цивилизации египетские торговые дома, афинские торговцы и родосские купцы осуществляли сбор тайной информации, наличие которой могло бы способствовать коммерческому успеху. Но такая разведка носила эпизодический характер и осуществлялась самими торговцами или их посредниками. Купцы старались узнать, какой товар, какого качества, в каком количестве привезли на данный рынок конкуренты, по какой цене будут продавать. Разумеется, по возможности они не упускали случая подпортить товар конкурентов, пустить слух об их нечистоплотности, об их мнимых и действительных пороках, оболгать, а также отметить непомерно высокие цены при недопустимом качестве товаров. Позднее все эти приемы получили более наукообразные и благозвучные названия – диффамация, имидж, конъюнктурный анализ, реклама и т.д.

В позднее средневековье наряду с государственной экономической разведкой в торговых городах Средиземноморья зародилась и частная разведка североитальянских торговых компаний. Венеция и Генуя стали центрами экономической разведки, где коммерческие тайны ценились выше, чем политические. Начиная с XI века все богатство и мощь, а значит, и жизненный уровень итальянских городов-государств, все в большей и большей степени зависели от торговли с арабским Востоком и, естественно, от всех случайностей и опасностей, связанных с этим видом деятельности. Все купцы и дипломаты, отправлявшиеся в зарубежные страны, становились агентами разведки Светлейшего (титул правителя Венеции) как по коммерческим, так и по политическим вопросам. Благодаря этому маленькой республике удалось занять ведущие позиции и сохранить их, несмотря на открытие новых океанских путей и появление больших государственных образований и великих держав.

Первая настоящая частная разведслужба была создана флорентийскими купцами-банкирами (эти виды деятельности в то время часто совмещались) в XIV веке. Затем такую разведслужбу создали Фуггеры из Аусбурга, которые в XV и XVI веках входили в число крупнейших промышленников и дельцов.

Высокой эффективностью своей разведслужбы прославились Ротшильды. В конце XVIII века пять братьев основали банки в пяти европейских столицах (Лондоне, Париже, Вене, Франкфурте и Неаполе). Во время войны с Наполеоном они навербовали более 200 агентов и предоставили все свои разведданные, а также возможности и способности по межгосударственному переводу капиталов в распоряжение Англии. Все расходы они с лихвой покрыли с помощью ловкой биржевой аферы. Благодаря своим информаторам Натан Ротшильд первым узнал о поражении Наполеона. Он немедленно приступил к массовой продаже своих акций. Все остальные биржевики сразу же последовали его примеру, так как решили, что сражение проиграли англичане. Когда цены упали до предельно низкого уровня, Ротшильд все скупил!

Исподволь люди, интересующиеся делами сородичей, не могли не понять всю выгоду, связанную с наличием информации. Ведь информация и разведка сопутствуют друг другу и сегодня, как и тысячи лет назад.

Пойманных с поличным, а иногда и просто заподозренных шпионов никогда не щадили, и часто кого-нибудь из них находили с перерезанным горлом, проломленным черепом или удавкой на шее. Во время войн их расстреливали без суда и следствия. Французская революция использовала гильотину, Крупп после «энергичного допроса» замуровывал в подвалах своей частной контрразведки, а американцы сажали на электрический стул. Однако желающих заняться шпионажем меньше от этого не становилось.

**2. Экономическая (конкурентная) разведка**

Любой предприниматель заинтересован в получении неких сведений о конкурентах. Легальные способы получения таких данных принято называть конкурентной разведкой. Она включает анализ публикаций, отчетов и иных открытых источников информации; изучение Интернет-ресурсов; анализ маркетинговых исследований. Закон не запрещает проведение наблюдения, опросов, наведения справок, фото- и видеосъемок.

В США и странах Европы принято различать конкурентную разведку (competitive intelligence; в Украине также можно встретить названия «деловая разведка», «бизнес-разведка») и промышленный шпионаж. Отличие заключается в строгом соблюдении закона в первом случае и нарушениях уголовного, авторского или любого другого права – во втором.

Сегодня под конкурентной разведкой подразумеваются три различных направления сбора информации:

1. Сбор данных о партнерах и клиентах для предотвращения мошенничеств с их стороны. В США, например, такой проблемы не существует: есть банки данных «кредитных историй»; открыт доступ к материалам судебных дел за последние пятьдесят лет, что позволяет, не прибегая к специфическим приемам, выяснить, с кем имеешь дело. Достаточно распространены и «черные списки» тех, кто запятнал свою деловую репутацию. В Украине пока что каждой заинтересованной организации приходится самостоятельно собирать и анализировать информацию, причем координация усилий отсутствует даже на уровне государственных органов: одни и те же сведения добывают по своим каналам МВД, СБУ, налоговая. Обмен этими данными представляет собой громоздкую и медленную процедуру. В бизнесе нечто подобное отраслевым «черным спискам» существует только у страховых обществ и банков. Промышленные компании вынуждены поодиночке создавать собственные технологии проверки кредитных историй, что эффективно удается лишь гигантам, способным содержать мощную службу безопасности. А между тем выявление мошенничеств еще на этапе их подготовки – более чем актуальная задача.

2. «Подсветка» потенциальных партнеров и сотрудников. Речь, в первую очередь, идет о реальном финансовом положении и наличии и / или характере «крыши» (криминальные структуры, милиция, спецслужбы и пр.). Обычно этим занимаются отделы безопасности компаний или частные детективные агентства. Это очень сложная сфера, в которой легко переступить грань закона, особенно если речь идет о физических лицах – так, при приеме на работу нового сотрудника легально заниматься сбором информации о его частной жизни можно только с письменного согласия проверяемого. Как правило, получить такое согласие не составляет особого труда, поскольку в ином случае претендент рискует остаться на улице. Не менее часто приходится, однако, проверять сотрудников компании-партнера – ведь если выяснится, например, что заместителя директора, подписавшего договор, за сутки до этого уволили, его подпись окажется недействительной, а последствия сделки – непредсказуемыми. Однако в подобных случаях открытая проверка невозможна.

3. Сбор информации маркетингового характера. Именно этим, собственно, на Западе занимается большинство специалистов в сфере конкурентной разведки, тогда как в Украине этот вид деятельности только зарождается. Существует несколько групп потребителей, которым нужны чужие тайны. Самые скандально известные – представители СМИ, специалисты по черному PR и мастера «активных мероприятий» («слив» компромата в правоохранительные органы и т.п.). Вторая группа – учредители и клиенты различных негосударственных служб безопасности и охранных предприятий. Их интересуют три направления: сбор информации о конкурентах и партнерах (потенциальных партнерах); проверка лояльности персонала; выполнение заказов третьих лиц (например, фиксация факта супружеской неверности). Часто предприниматели обходятся собственными силами, не прибегая к помощи специалистов. Третья группа – криминальные структуры, за последние десять лет усовершенствовавшиеся от примитивного рэкета до сложных экономических комбинаций.

Различные трактовки термина «конкурентная разведка» связаны с особенностью доступа к информации в разных странах. Например, в США в 1996 году был принят «Закон о свободе информации», который обязал федеральные ведомства обеспечить гражданам свободный доступ ко всей информации. Ограничения касаются лишь материалов, имеющих отношение к национальной обороне, личных и финансовых документов, а также документов правоохранительных органов. Отказ в доступе к информации можно обжаловать в суде, сведения должны быть представлены в десятидневный срок, а споры разрешаются в течение 20 дней. При этом по статистике большинство запросов исходит от фирм, которые хотят получить государственную информацию о конкурентах. Существенную роль играет и общественная организация «Точность в средствах массовой информации» (Accuracy in Media – AIM). Она объединяет 345 тысяч членов и осуществляет контроль над тем, чтобы публикуемые или передаваемые в эфир материалы соответствовали фактам.

Особая сложность заключается при этом в проблеме доступа к персональной информации. При том, что такие данные являются предметом особого спроса, в большинстве развитых стран личная информация строго охраняется. В случае вступления Украины в ЕС, ей придется привести свои законодательство и реально существующую практику в соответствие с жесткими европейскими законами, Однако в том же ЕС существует и мощное лобби маркетинговых, информационно-аналитических и финансовых компаний, успешно блокирующее применение законодательства. В частности, когда более десяти лет назад Европарламент попытался ужесточить законодательство в сфере предоставления информации о персональных данных (принял Personal Data Information Act), то столкнулся с очень жестким сопротивлением, и до сего дня только две трети членов ЕС реально изменили свое национальное законодательство.

Экономическая разведка является одним из трех традиционных видов разведки, которая ведется в дополнение к политической и военной разведке. Большая часть информации и материалов по экономической разведке доступна через открытые источники: газеты, торговые журналы, компьютерные базы данных, парламентские протоколы, всевозможные публикации «по интересам фирмы» и т.д. Через открытые источники доступно около 80% всей информации. Все источники информации могут быть распределены на 5 групп:

I. «Т» (источник – «текст»). Большую часть информации, как ни странно, обычно можно получить за счет чтения различных изданий общего направления и узкоспециализированных. Подход к этим источникам сравнительно легок и дешев. Пусть информация не всегда точная и полная, но она актуальна. Так, например, за неделю до выпуска новой продукции, появляются сигналы в широкой прессе, за месяц – в специализированной, за полгода – в базе данных.

II. «Ф» (источник – «фирма») – это внутренние источники и персонал. Сюда входит весь персонал компании, который может и должен вступать в различного рода контакты со сторонними организациями и лицами в связи с коммерческой, технической, финансовой и прочей деятельностью. Грамотный руководитель сумеет сделать так, что опыт, знания и контакты всех сотрудников и отделов будут аккумулироваться в специальных базах данных компании, а не «уходить» с доходом сотрудника (т. н. «эффект блокнота»). В противном случает компания неизбежно и постоянно будет кузницей кадров для других компаний. В первую очередь, источник «Фирма» – это база данных, в которую в обязательном порядке должна заноситься информация о партнерах. Такую информацию очень важно складывать в один «котел», чтобы кто-то с масштабным и аналитическим взглядом составил из этой мозаики единую картину.

III. «К» (источник – «консультанты и эксперты» или «сеть контактов») – это внешние консультанты, кандидаты на работу, телефонные переговоры, личные встречи, бизнес-среда, регулярные встречи с «носителями» нужной информации.

IV. «Б» (источник – «беседа»). Выставки, ярмарки, конференции, форумы и любые другие полезные события являются ценнейшим источником информации.

V. «Д» (источник – «джокер»). Сюда относится все, что случайно попало в поле зрения, случайно обнаружено или узнано.

Представляющими особый интерес для экономической разведки областями являются:

– научно-исследовательские и конструкторские работы;

– финансовые операции компаний, в том числе финансирование проектов и инвестиционная политика;

– особенности технологического процесса, спецификация продукции, результаты испытаний;

– маркетинг, и, в частности, режим поставок, список заказчиков, конъюнктура рынка, сведения о заключаемых сделках, а также отчеты о реализации продукции;

– организация производства, в том числе данные о вводе в строй новых, расширении или модернизации существующих производственных мощностей, объединении с другими фирмами;

– коммерческая философия руководителей фирм-конкурентов, стратегия их бизнеса и т.д.

**3. Промышленный шпионаж**

Промышленный шпионаж вначале был известен как коммерческий шпионаж, применявшийся с целью получения сведений, недоступных обычными легальными методами. Если говорить о частном секторе экономики, то многие компании, имеющие грамотный менеджмент, давно шпионят за своими конкурентами, не жалея сил и средств. Но в 80-е годы прошлого столетия словосочетание «промышленный шпионаж» стали применять также по отношению к шпионажу одного государства против другого. В отличие от экономической разведки, которая, главным образом, имеет дело с открытыми источниками информации, промышленный шпионаж предусматривает ведение разведки специальными тайными методами.

Термин промышленный, коммерческий, научно-технический шпионаж означает активные действия, направленные на сбор, хищение, накопление и обработку ценной информации, закрытой для доступа посторонних лиц, ведущиеся негосударственными организациями и частными лицами. Наиболее полное с юридической точки зрения определение дает Интерпол: «Это приобретение любым обманным путем интеллектуальной собственности, принадлежащей какому-либо юридическому лицу, которая была создана или законно приобретена этим юридическим лицом с целью произвести что-то, что имеет или может иметь промышленную ценность и, в более широком плане, ценность для национальной экономики».

Кто может стать жертвой промышленного шпионажа? Ответ прост – практически любой бизнесмен. Более того, крупной фирме разглашение информации может нанести существенный, но все же поправимый ущерб. А для небольшого предприятия такое разглашение станет смертельным и приведет к банкротству. Как считают западные специалисты, утечка 20% коммерческой информации в 60-ти случаях из 100 приводит к банкротству фирмы. Ни одна даже преуспевающая фирма США не просуществует более трех суток, если ее информация, составляющая коммерческую тайну, станет известной. Тот, кто наивно считает, что у него нет информации, которую нужно защищать, очень сильно ошибается. Получение прибыли – это уже предпосылка стать жертвой. Наличие конкурентов – еще одна серьезная предпосылка. Думать, что все будут соблюдать правила джентльменской игры – большая ошибка. Конкуренты попытаются сделать все возможное и невозможное, чтобы захватить весь рынок и стать монополистом. А как это сделать? Очень просто: побольше узнать о сопернике и его достоинства превратить в его же недостатки. В условиях, когда о своей защите никто не заботится, такая работа не составит особого труда. Кстати, интересный факт из практики: на десяток обращений с просьбой собрать информацию о конкурентах приходится примерно одно о защите своей информации от шпионажа. Иногда это доходит до абсурда. Бизнесмен просит провести сбор и анализ информации, а на предложение защиты его информации и проведение контрразведывательных мероприятий говорит: «Да кому я нужен, никто обо мне ничего собирать не будет». Человек хочет знать больше о конкурентах, а допустить у них такое же желание не может.

Бывший директор Главного управления внешней безопасности (DGSE) Франции Клод Сильберзан в своем интервью газете «Le Monde» открыто заявил, что «современный шпионаж является главным образом экономическим, научным, техническим и финансовым». В этом плане весьма показателен крупный международный скандал, разгоревшийся в марте 1993 года. Поводом для него стал полученный посольством США в Париже пакет с секретными документами, в которых содержался стратегический план торговых войн начала 90-х годов. В этом плане четко определялись задачи французской разведки по получению конфиденциальной информации о деятельности американских фирм, банков и брокерских домов. В сферу интересов DGSE были включены маркетинговая стратегия, тактика заключения сделок, планы инвестиций и многое другое.

Промышленный шпионаж осуществляется с целью овладения рынками сбыта, подделки товаров, дискредитации или устранения конкурентов, срыва переговоров по контрактам, перепродажи фирменных секретов, шантажа определенных лиц, создания условий для подготовки и проведения террористических и диверсионных акций.

При планировании разведывательной деятельности опираются на три главных принципа:

– определение целей разведывательной деятельности;

– определение потребности в информации для достижения этих целей;

– определение источников получения необходимой информации.

Промышленный шпионаж является единственной предпринимательской отраслью, которая не страдает от возникающих периодически кризисов экономики. Мало того, по мере роста инфляции, усиления конкуренции и социальной напряженности промышленный шпионаж лишь активизируется.

Практика свидетельствует, что негосударственные организации, занимающиеся промышленным шпионажем, проявляют наибольший интерес к ряду показателей фирм, организаций и банков. Это:

– финансовые отчеты и прогнозы;

– маркетинг и стратегия цен;

– технические параметры существующей и перспективной продукции;

– условия контрактов;

– перспективные планы развития производства;

– финансовое положение компаний;

– условия продажи или слияния фирм;

– организационная структура корпорации;

– элементы систем доступа к информационным сетям и центрам.

Затраты на разведку составляют в среднем 1,5% торгового оборота крупных концернов. Так, в некоторых японских фирмах разведывательной работой постоянно занимаются до 250 человек. По данным журнала «Тайм», из-за хищения производственных секретов американские фирмы терпят убытки примерно в 20 млрд. долларов в год. Эта цифра, видимо, сильно занижена. Образованы специальные службы транснациональных корпораций, сотрудничающие с государственной разведкой, такие, как «Американское сообщество по промышленной безопасности».

Существует множество способов получения конфиденциальной информации о деятельности конкурентов. Условно их можно разделить на две большие группы: законные и незаконные методы, что, собственно, и подразумевает деление добывания информации на экономическую разведку и промышленный шпионаж.

Незаконные методы (то есть методы промышленного шпионажа):

– выведывание интересующей информации у специалистов конкурентов;

– сманивание специалистов для получения от них информации;

– подкуп сотрудников из закрытых подразделений конкурента;

– засылка агентов на фирму или в окружение ведущих специалистов;

– похищение чертежей, документов и образцов изделий;

– негласный контроль за деловой корреспонденцией;

– незаконное получение информации у государственных чиновников;

– получение информации с использованием технических средств;

– ложные переговоры и последующий отказ от них после получения необходимой информации и др.

Для осуществления промышленного шпионажа используется ряд специально разработанных средств. Среди них можно назвать:

– специальная звукозаписывающая аппаратура;

– приборы для съема информации с телефонных линий связи;

– мини-радиозакладки;

– аппаратура для съема информации с окон с помощью лазерных излучателей;

– направленные микрофоны;

– специальные системы наблюдения и передачи видеоизображения;

– специальная фотоаппаратура;

– приборы наблюдения;

– приборы ночного видения;

– аппаратура для выявления радиоактивного и иного излучения.

Информация о конкурентах, полученная как законными, так и незаконными методами имеет свойство устаревать. По опубликованным данным, оперативно-тактическая информация теряет ценность примерно по 10% в день (например, в случаях предупреждения вымогательства, краткосрочного кредитования, предложения приобрести партию товара в срок до 1 месяца). Информация стратегического, долговременного характера теряет ценность примерно по 10% в месяц (сведения о крупных клиентах и торговых партнерах, преступных группировках и т.д.). Информация о неизменных объектах (промышленная инфраструктура, природные ресурсы) теряет ценность примерно по 15% в год.

**4. Контрразведывательная деятельность**

Всяким разведывательным действиям (законным и незаконным) со стороны партнеров по бизнесу и конкурентов должна противодействовать активная контрразведывательная деятельность фирмы. При этом следует иметь в виду, что основным объектом разведывательной деятельности противника, в конечном итоге, является та или иная конфиденциальная информация фирмы, составляющая коммерческую тайну.

Под *коммерческой тайной* (конфиденциальными сведениями) понимаются сведения, не являющиеся государственными секретами, но связанные с производственно-технической и другой деятельностью фирмы, а также с технологической информацией, управлением, финансами и т.п., разглашение (передача, утечка) которых может нанести ущерб ее интересам.

К сведениям, составляющим коммерческую тайну, относятся секретные сведения, определяемые государством и предусмотренные перечнем, утвержденным и введенным в действие приказом директора фирмы.

Конфиденциальные сведения – это информация, которую можно разделить на две группы: деловую и технологическую. Деловая информация фирмы обычно включает в себя финансовые отчеты и прогнозы, банковские счета, кредиты, условия контрактов и договоров, ближайшие и перспективные планы фирмы, условия продаж, коды и процедуры доступа к информационным сетям и т.д. К технологическим секретам могут быть причислены данные о научно-техническом потенциале предприятия, уровень методов организации производства, объем производственных мощностей и уровень технологии, конкретные «ноу-хау», нормы расхода сырья, информация о незащищенных патентами изобретениях, используемых в производстве и т.д.

Критериями коммерческой тайны являются:

– степень важности информации для достижения прибыли в конкурентной борьбе;

– величина выигрыша во времени по сравнению с конкурентами;

– время возможного освоения украденной технологии конкурентами.

В своей совокупности источники конфиденциальной информации содержат полные сведения о составе, содержании и направлении деятельности предприятия (фирмы), интересующей конкурентов. Естественно, что они приложат все силы, найдут необходимые способы несанкционированного доступа, чтобы получить нужные сведения.

Способ несанкционированного доступа к источникам конфиденциальной информации – это совокупность приемов, позволяющих злоумышленнику получить охраняемые сведения конфиденциального характера.

При осуществлении контрразведывательной деятельности следует четко представлять, что противник может использовать несколько каналов утечки конфиденциальной информации. Угроза информационным ресурсам может осуществляться различными методами:

– через имеющиеся агентурные источники в органах государственного управления и коммерческих структурах, имеющие возможность получать конфиденциальную информацию (суды, налоговые органы, коммерческие банки и др.);

– путем подкупа лиц, непосредственно работающих в фирме или структурах, связанных с ее деятельностью;

– путем перехвата информации в средствах и системах связи и вычислительной технике с помощью технических средств разведки и съема информации;

– путем подслушивания конфиденциальных переговоров и использования других способов несанкционированного доступа к источникам конфиденциальной информации.

До недавнего времени цели защиты информации достигались в основном за счет реализации принципа «максимальной секретности», в соответствии с которым, доступ ко многим видам информации не всегда обоснованно был ограничен. В то же время не существовало каких-либо положений, определяющих защиту информационных прав граждан, конфиденциальности личной информации.

Решение проблемы надежной защиты программных средств от внешнего воздействия возможно только при создании безопасных информационных технологий для программного обеспечения, включая проектирование, языки программирования, технологии испытания и тиражирования программных продуктов.

В Украине в настоящее время большая часть (несколько тысяч) баз данных, содержащих конфиденциальную информацию, функционируют с применением минимальных средств защиты, что не обеспечивает необходимого уровня конфиденциальности. Все это очень опасно, и наносит ощутимый вред как государству в целом, так и конкретным владельцам массивов конфиденциальной информации.

В целом, комплексная защита конфиденциальной информации разделяется на следующие виды:

1. Защита от акустического контроля помещения, автомобиля, человека.

2. Защита от прослушивания телефонных каналов, перехвата факсимильной и модемной связи.

3. Защита от видеоперехвата, средств маркирования и слежения за автотранспортом.

4. Предотвращение перехвата компьютерной информации и несанкционированного внедрения в базы данных.

5. Методы противодействия визуальному наблюдению, скрытой фото- и видеосъемке.

6. Выявление нелояльных фирме сотрудников и обслуживающего персонала.

В защите существуют пассивные и активные методы. К пассивным методам относятся различные варианты установки в офисе или жилом помещении аппаратуры технического противодействия. Их существует столько же, сколько и технических средств добывания информации. К активным относятся:

– все виды «чисток» помещений от подслушивающих устройств,

– соблюдение правил выбора зданий, оборудования мебелью, оргтехникой и предметами обихода,

– правильная защита информации, эксплуатации связной техники.

Сочетание пассивных и активных методов защиты дает гарантированный успех и называется комплексной защитой информации. В целом же, проведенные исследования показали, что идеальных технических систем, гарантирующих полную защиту конфиденциальной информации, не может быть создано в принципе. Любую систему можно «вскрыть», все зависит лишь от того, сколько это будет стоить, и как долго это будет продолжаться.

На всякой более или менее крупной фирме вопросами экономической разведки, оценки партнеров и конкурентов, прогнозирования ситуации на рынке занимается аналитическая служба. Она же занимается контрразведкой.

Информационно-аналитическая деятельность фирмы – это деятельность предприятий, учреждений и организаций независимо от формы собственности, направленная на удовлетворение информационных потребностей в сфере обеспечения безопасности сотрудников и осуществления предпринимательской деятельности. Информационно-аналитическая деятельность заключается в формировании и использовании информационных ресурсов по вопросам обеспечения безопасности персонала фирмы и предпринимательской деятельности, создании и использовании информационных технологий и средств их обеспечения, защите информации и прав субъектов рынка, участвующих в этой деятельности.

**Заключение**

Реальный мир украинской конкурентной разведки, не говоря о промышленном шпионаже, покрыт мраком тайны. Более или менее точное число случаев нарушения действующего законодательства при сборе конфиденциальной информации назвать никто не сможет. Тем более, невозможно гарантировать вероятность наказания за это. Все стороны этого вида деятельности – законодательное обеспечение, этика, теория и практика – в Украине пока находятся на стадии становления. По всей вероятности, рано или поздно службы сбора коммерческой информации в нашей стране начнут работать по западному образцу, предполагающему, в частности, что «агент» использует только законные методы и обязательно представляется и партнерам, и конкурентам фирмы как сотрудник отдела деловой разведки. В Украине это пока немыслимо.

Промышленный шпионаж и экономическая разведка сегодня являются неотъемлемой частью бизнеса как на западе, так и у нас. При этом уровень их воздействия возрастает из года в год и совершенствуется, исходя из роста информационных технологий и средств их применения. Поэтому для того, чтобы заниматься успешным бизнесом, явно недостаточно обеспечить чисто физическую защиту и охрану. Построение надежной системы защиты информации – дело сложное и дорогое. Однако за этим – будущее цивилизованного бизнеса.

**Источники**

1. Брединский А. Промышленный шпионаж // Торгово-промышленные ведомости. – М. – 2004. – №5.

2. Скрипник Ф. Экономический шпионаж и разведка // Финансовый директор. – К. – 2003. – №4.

3. Материалы сайта: http://www.it2b.ru /Технологии разведки для бизнеса/