



Коммерческая информация и её защита

ВЫПОЛНИЛА СТУДЕНТКА ГРУППЫ ОТЭ (9)-31

РОМАНОВА ЕЛИЗАВЕТА ВЛАДИМИРОВНА

Введение

Коммерческая информация представляет собой совокупность сведений и данных о деятельности предприятия, его организационной структуре, внешних и внутренних связях, технологиях производства и ассортименте выпускаемой продукции, а также прочих моментах, касающихся его деятельности.



Понятие

К коммерческой информации относят количественные и качественные показатели торговой деятельности фирмы (коммерческой структуры, торгового предприятия и т. п.), различные сведения и данные о коммерческой деятельности (цены, поставщики, конкуренты, условия поставок, расчеты, ассортимент товаров и др.).

Назначение коммерческой информации состоит в том, что она позволяет торговым организациям (предприятиям) проводить анализ своей коммерческой деятельности, планировать ее, осуществлять контроль за результатами этой деятельности (эффективностью работы).



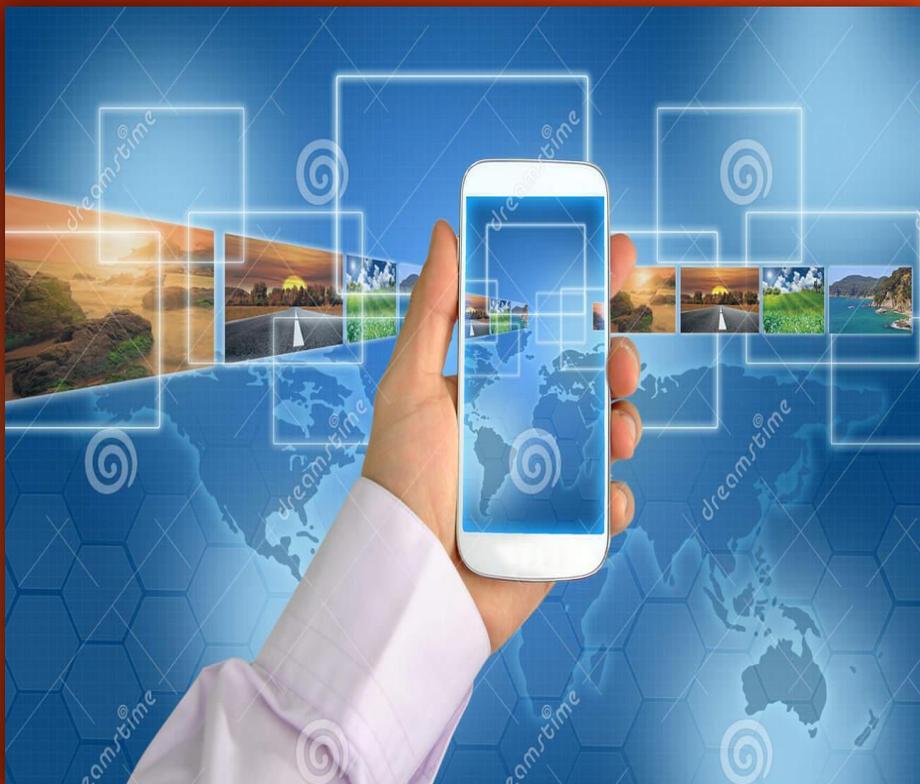
Виды коммерческой информации

- ▶ открытые данные общего пользования (сюда можно отнести регистрационные и контактные данные организации, виды ее деятельности, а также ассортимент выпускаемой продукции или перечень предоставляемых услуг и прочие моменты, которые руководство предприятия не считает нужным скрывать)



Виды коммерческой информации

- ▶ информация, предназначенная для контролирующих органов (речь идет о разнообразных формах отчетности)



Виды коммерческой информации

- ▶ доступ к закрытым сведениям имеет только непосредственное руководство фирмы, а также ограниченный круг сотрудников (имеется в виду технология производства и используемые материалы, договорные отношения, а также прочая информация, которая является коммерческой тайной)



Основные составляющие

- ❖ Деловая (относится к работе с контрагентами);
- ❖ научно-техническая (описывает нововведения и технологию производства);
- ❖ производственная (плановые и фактические показатели по выпуску продукции);
- ❖ управленческая (организация руководства предприятием);
- ❖ маркетинговая (сведения о рынке); финансовая (денежные потоки)



Основные составляющие

- ❖ производственная (плановые и фактические показатели по выпуску продукции);
- ❖ управленческая (организация руководства предприятием);
- ❖ маркетинговая (сведения о рынке); финансовая (денежные потоки)



Классификация коммерческой информации

- ▶ По признаку времени: ретроспективная (позволяет оценить ситуацию, которая сложилась в предыдущих периодах для корректировки будущих планов); текущая (дает представление о нынешних результатах деятельности); прогнозная (определяет предполагаемое состояние организации в будущих периодах).
- ▶ Относительно этапа принятия управленческих решений: констатирующая (описывает текущую ситуацию на предприятии в целом, а также в отдельных его подразделениях); поясняющая (необходима для понимания факторов, которые привели к той или иной ситуации); плановая (дает представление о будущем состоянии предприятия); контрольная (позволяет оценить соответствие текущих показателей заявленным).



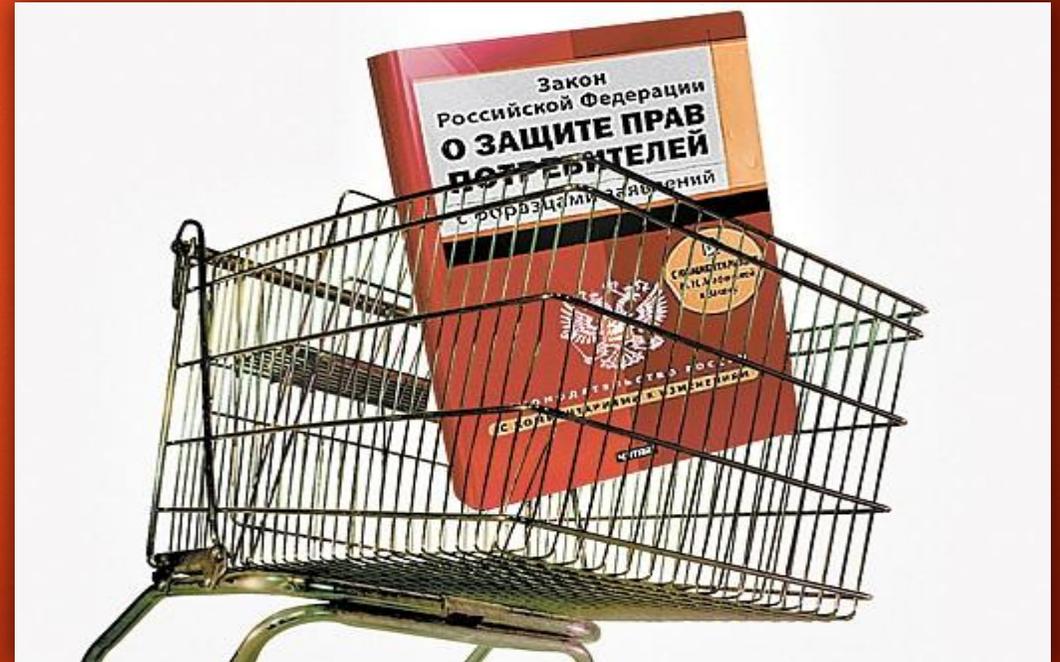
Классификация коммерческой информации



- ▶ В соответствии с назначением: плановая (используется для определения будущих показателей); учетная (вносится в документы для фиксации нынешнего положения дел); нормативно-справочная (используется для приведения производственных процессов в соответствие с правилами); статистическая (позволяет отследить динамику показателей за последние несколько периодов); маркетинговая (описывает ситуацию на рынке).
- ▶ По частоте поступления: дискретная (поступает с определенной периодичностью); эпизодическая (поступает одновременно, в случае возникновения необходимости); непрерывная (применяется для мониторинга текущей ситуации).

Защита коммерческой информации

- ▶ разработка определенных инструкций, которые разъясняют работникам особенности и правила работы с данными;
- ▶ назначение лиц, ответственных за сохранность коммерческой тайны;
- ▶ создание системы контроля, в соответствии с которой будет осуществляться допуск работников к тем или иным данным



Защита коммерческой информации

- ▶ обязательным моментом является подписание с каждым из сотрудников документов о неразглашении коммерческой тайны;
- ▶ внедрение системы дополнительных поощрений для сотрудников, которые имеют дело с засекреченными данными;



Защита коммерческой информации

- ▶ внедрение системы дополнительных поощрений для сотрудников, которые имеют дело с засекреченными данными;
- ▶ автоматизация системы защиты информации; непрерывный контроль со стороны руководства.



Вывод

С целью защиты коммерческой информации в организации предпринимаются определенные меры. Так, ограничивается круг лиц, которые имеют доступ к ней, а также подписывается договор с сотрудниками о недопустимости разглашения. За обнародование конфиденциальных данных вводится ответственность. Автоматизация системы защиты информации при помощи современных компьютерных технологий находится в приоритете. Тем не менее руководство также должно лично осуществлять контроль данного вопроса.



Спасибо за внимание!