

1	2	3
7. Контроль	Непрерывность контроля	
	Организация само- и взаимоконтроля	
	Объективность оценки	
	Учет всех критериев оценки	
	Комментирование оценки	
	Дополнительный контроль за работой отстающих учащихся	
	<i>Средняя оценка</i>	
8. Поведение преподавателя на занятии	Внешний вид	
	Умение владеть классом	
	Речь	
	Педагогический такт	
	<i>Средняя оценка</i>	
9. Работа учащихся	Активность	
	Организованность	
	Дисциплинированность	
	<i>Средняя оценка</i>	

Надеемся, что предложенная форма графического критериального анализа позволит оптимизировать данный процесс, окажется полезной педагогам как в подготовке к занятиям, так и в процессе их самоанализа.

А.С. Милевич

ПРОБЛЕМЫ ВИКТИМИЗАЦИИ В ИЗУЧЕНИИ КУРСА «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Введение дисциплины «Основы предпринимательства» в подготовку специалистов для рыночной экономики позволит сформировать у студентов представление о сущности коммерческой деятельности в современных условиях. Программа учебной дисциплины ставит следующие задачи:

- дать первоначальные сведения об основах предпринимательства;
- познакомить с организацией и функционированием предприятий различных форм собственности;
- сформировать экономическую культуру поведения будущего специалиста.

После изучения дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» у студентов складывается впечатление, что самый верный путь войти в рынок труда – это создать собственный бизнес. Практика показывает обратное. Программа курса не предполагает рассмотрение основных проблем организации и функционирования предпринимательских структур, не знакомит студентов с новым направлением в науке – виктимологией. В настоящее время проблема виктимологии предпринимательства приобрела особую актуальность. Среди основных факторов виктимизации предпринимателей следует отметить несовершенство налоговой системы, взяточничество на всех уровнях, административно-бюрократические барьеры, предпринимательские риски, нечестную конкуренцию и незащищенность коммерческой информации.

Любая предпринимательская деятельность тесно связана с получением, накоплением, хранением, обработкой и использованием разнообразной информации. Потеря определенной коммерческой информации может привести любого предпринимателя к банкротству. Каждый предприниматель должен ясно отдавать себе отчет в том, что успех в бизнесе во многом зависит от конфиденциальности информации, как внешней, так и внутренней. В современном бизнесе практически все коммерческие предприятия ежедневно пользуются различной информацией. Для упрощения труда сотрудников основная информация передается в электронном виде с помощью компьютерных технологий. Это, естественно, повышает эффективность и производительность труда, но открывает информацию. Возникает ряд вопросов. Как защитить информацию? Вся ли информация подлежит защите или только отдельные ее группы? Если же для защиты выделяется только определенная группа информации, то по каким критериям? Зачем ее нужно защищать? На какой стадии и какие информационные потоки нуждаются в защите? В какой степени требуется защищать информацию от внешнего и внутреннего вмешательства?

Ответ на все эти вопросы один: защите подлежит не вся информация, а только та, которая представляет ценность для предпринимателя, т.е. та информация, которая может быть использована конкурентами, злоумышленниками или «хакерами» во вред фирме. Доступность такой информации может нанести финансовый вред предпринимателю.

Информацию, существующую в предпринимательской деятельности, можно условно сгруппировать по трем основным направлениям:

1. *Предпринимательская информация* включает сведения о состоянии экономической системы, факторах, положительно или отрицательно влияющих на сферу хозяйствования и коммерции, в которой действует предприниматель. Наличие условий, при которых создается реальная угроза причинения вреда (ущерба) субъектам хозяйствования, ставит в ряд первоочередных и долговременных задач, требующих оперативного решения, проблему обеспечения экономической безопасности.

2. *Правовая информация* – это сведения о действующем законодательстве, регулирующем и охраняющем деятельность предпринимательских структур. Многие вопросы предпринимательской деятельности регулируются и обеспечиваются гражданским, административным, трудовым, авторским, уголовным и другими законодательствами.

3. *Специально-оперативная информация* состоит из сведений о способах, силах и средствах обеспечения безопасности предпринимательской информации от доступа третьих лиц. В новых рыночно-конкурентных условиях возникает масса проблем, связанных с обеспечением безопасности предпринимательской информации. Для защиты предпринимательских информационных потоков от различного рода посягательств используются специальные меры.

Утечка информации – одна из главных проблем в работе с информационными потоками в любой фирме. Анализ практики позволил выявить некоторые причины утечки информации:

- отсутствие защиты информации;
- пренебрежение конфиденциальностью информации в пользу ее целостности;
- экономия средств на обеспечение безотказной работы наиболее важных узлов информационной системы;

- экономия средств на дополнительную оплату труда по обновлению или замене устаревшего программного обеспечения;
- потеря определенной части клиентуры.

Все эти причины имеют место в практике малого и среднего бизнеса. Главный враг любой информационной системы – это вирус. В специальной литературе указывается различный масштаб (от 30 до 80 %) повреждения вирусом информации. Теоретики утверждают, что эта цифра будет постоянно увеличиваться, так как в настоящее время известны уже более сотни различных вариантов вирусов, которые прямо или косвенно ведут к огромным финансовым потерям. Компьютерные программы и услуги фирм, которые занимаются защитой информации, стоят недешево. Но, чтобы потеря или искажение информации не привели к финансовым потерям, бизнесмену необходимо нести определенные затраты по защите своей информации.

Согласно гражданскому законодательству, основная масса предпринимательской информации защитой не обладает и не пользуется, хотя предпринята попытка узаконить предпринимательскую (коммерческую) информацию в качестве защищаемой. Анализ данной информации позволяет сделать следующие выводы:

- субъектом оценки предпринимательской коммерческой информации является ее владелец-собственник;
- поступившие сведения и их источник подлежат обязательной проверке;
- ценность информации определяется с помощью таких критериев, как полезность, своевременность и достоверность;
- предпринимательская информация в зависимости от ценности имеет свою стоимость;
- информация подлежит защите при условии, что ее ценность зависит от сохранения в тайне от третьих лиц, доступ к информации закрыт на законном основании, обладатель информации принимает надлежащие меры по ее охране.

Прежде чем принимать меры по защите определенной информации, необходимо уточнить следующие вопросы:

1. Какие сведения нельзя скрывать, защищать от доступа к ним? От кого?

2. Какие сведения невыгодно скрывать? Почему?

3. Какие сведения подлежат охране? Кем и от кого?

Ответ на первый вопрос дает постановление российского правительства «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну». К ним относятся:

- организационные сведения (устав и учредительные документы предприятия, регистрационные удостоверения, лицензии, патенты);
- финансовые сведения (документы об исчислении и уплате налогов, других платежей, предусмотренных законом, документы о состоянии платежеспособности);
- сведения о штате и условиях деятельности (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);
- сведения о собственности (размерах имущества, денежных средствах, вложениях платежей в ценные бумаги, облигации, займы, в уставные фонды совместных предприятий).

Предпринимателю следует помнить, что данный перечень не является исчерпывающим, а указанные сведения не являются предметом защиты от ознакомления с ними третьих лиц. Информация такого рода относится к *первой группе*.

Вторая группа сведений характеризуется тем, что данную информацию невыгодно скрывать от окружения самому предпринимателю. Это касается в первую очередь рекламной информации. Широкое распространение рекламы имеет не только положительную, но и отрицательную сторону для предпринимателя, если она становится достоянием преступных элементов. Как показывает анализ уголовной практики, предпринимательская информация, рекламируемая в газетах, журналах, по телевидению, радио, помогает преступникам выйти на объект будущего посягательства, изучить его слабые стороны, а затем принять решение, каким способом получить для себя от него выгоду.

К *третьей группе* сведений относится информация, представляющая хозяйственную ценность для предпринимателя, на которую не распространяется законный доступ третьих лиц. Проблема состоит

в том, кто и как должен обеспечить сохранность такого рода информации. Ни один из законодательных актов не ставит под свою защиту данный вид собственности.

При организации охраны коммерческой тайны необходимо определить круг сведений, ее составляющих. Они отражаются в перечне сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия, и утверждаются руководителем предприятия. Практика показывает, что данный вопрос лучше решать коллегиально. Для разработки перечня приказом руководителя предприятия создается комиссия из наиболее квалифицированных и компетентных специалистов. Если предприятие имеет небольшой штат, то руководитель сам решает вопрос о коммерческой тайне или приглашает эксперта.

В деловой информации коммерческую тайну могут иметь:

- сведения о заключенных или планируемых контрактах;
- данные о поставщиках и клиентах;
- обзоры рынка, маркетинговые исследования;
- информация о конфиденциальных переговорах;
- калькуляция издержек производства предприятия, структуры цен, уровень прибыли;
- планы развития предприятия и его инвестиций.

В отличие от крупных фирм малый бизнес не располагает достаточными финансовыми и организационными возможностями, чтобы самостоятельно оградить свое дело от внутренних и особенно от внешних дестабилизирующих факторов, обеспечить полную защиту своей коммерческой информации от недобросовестных сотрудников, «хакеров», нечестных конкурентов и неправомерных действий представителей органов исполнительной власти. Следует отметить, что эти проблемы слабо решаются на всех уровнях.

Любая коммерческая информация обладает рядом свойств, которые, как правило, учитываются при ее сохранности и определении степени защиты. Это полезность, своевременность, достоверность и полнота информации. Рассмотрим эти критерии более подробно.

Полезность информации состоит в том, что она создает выгодные условия для принятия оперативного решения и получения эффективного результата. Следует отметить, что полезность информации зависит от своевременного ее доведения до предпринимателя. На-

пример, если из-за несвоевременного поступления полезных по своему содержанию сведений упускается возможность заключить выгодную сделку, тогда информация теряет свою полезность.

С критерием полезности тесно связаны критерии *своевременности и достоверности информации*. Недостоверные сведения сводят к нулевому эффекту своевременность и предполагаемую полезность информации для бизнеса. При этом сам факт (желание предпринимателя заключить договор) может существовать реально, но сведения о нем содержат искаженное представление. Как правило, причин возникновения недостоверных сведений может быть много: от неправильного восприятия источников факта до умышленного искажения реальных сведений. Сведения, которые представляют реальный интерес для предпринимателя, должны проверяться надежными людьми.

Определение стоимости тех или иных сведений требует дифференцированного подхода: в одних случаях дешевле обойдутся собственные ошибки как накопление опыта выживания в мире бизнеса; в других целесообразнее получить (купить) информацию о том, как избежать подобных ошибок; в третьих необходим анализ, как сохранить ценную информацию от доступа посторонних лиц, чтобы не потерять ее стоимость и ожидаемую от нее прибыль. Факт утечки информации напрямую связан с падением ее ценности для владельца.

Существует и такой критерий, как *полнота информации*. Но определить, насколько полна информация о конкретном объекте (факте) и где ее границы, для предпринимателя малого бизнеса довольно затруднительно. Это требует достаточно больших финансовых затрат, которые влечет за собой «технический шпионаж». Поэтому в предпринимательской деятельности этому критерию не придается особого значения.

Для решения проблемы защиты коммерческой информации необходимо привлекать в первую очередь персонал предприятия. Практика показывает, что данный вопрос лучше решать коллегиально. Для разработки перечня коммерческой информации приказом руководителя предприятия создается комиссия из наиболее квалифицированных и компетентных специалистов:

- специалиста, владеющего финансовыми вопросами, конъюнктурой рынка и сведениями фирм-конкурентов;

- специалиста, полностью представляющего систему организации работы предприятия, ее особенности;
- специалиста по связям с общественностью, другими предприятиями, а также по вопросам заключения контрактов, договоров;
- специалиста, обладающего всеми сведениями о выпускаемой продукции.

Комиссия решает несколько задач, а именно:

- выделяет все виды деятельности предприятия, приносящие прибыль на данный момент;
- оценивает уровень прибыли для данного вида деятельности и аналогичные показатели у фирм-конкурентов, исходя из имеющихся данных о рынке сбыта;
- планирует ожидаемую рентабельность этой деятельности.

Результатом работы комиссии должен стать перечень сведений, составляющих коммерческую тайну. Он может пересматриваться, изменяться и дополняться. Так, коммерческую тайну для информации технологического характера могут составлять:

- конструкторская документация, чертежи, схемы, записи;
- описания и анализ технологических испытаний производимой продукции;
- «ноу-хау», авторские права и патенты;
- точные данные конструктивных характеристик создаваемых изделий и оптимальные параметры разрабатываемых технологических процессов;
- сведения о материалах, из которых изготовлены отдельные детали, условиях и результатах экспериментов и апробирования оборудования, на котором они проводились, и т. д.;
- информация об используемых предприятием отдельных новых либо уникальных измерительных комплексах и приборах, станках, оборудовании.

Данная информация реально должна быть защищена специальными мерами. Специальные меры, которыми осуществляется защита информации, можно подразделить на внешние и внутренние.

К *внешним* мерам относится изучение партнеров, клиентов, с которыми приходится вести хозяйственную, коммерческую деятельность, сбор информации об их надежности, платежеспособности и др.

Устанавливаются лица, проявляющие интерес к фирме, ее деятельности, проверяются сотрудники на предмет их отношения к конкурирующей фирме или преступной группе. Необходимо выяснить, в чем суть этого интереса и кому понадобилась та или иная информация.

В ходе осуществления *внутренних* мероприятий по обеспечению безопасности решается прежде всего вопрос об оптимальном подборе кадров. Практика показывает, что претенденты на вакантную должность должны обязательно пройти определенную проверку. Изучаются их анкетные данные, поведение по месту жительства и прежней работы, личные и деловые качества, положительные и отрицательные стороны, межличностные отношения, устанавливается, находился ли кандидат на вакантную должность в конфликте с законом. В ходе анализа собранных материалов выясняется, нет ли в них каких-либо противоречий. После этого делается вывод о пригодности кандидата к работе в данной фирме. Этот анализ могут проводить как специалисты кадровых агентств, так и специалисты по кадрам конкретных фирм. И те и другие широко применяют различные методы психологической и профессиональной диагностики. По их рекомендациям предприниматель принимает решение об оптимальной расстановке кадров, об использовании конкретного претендента на должность. Такие рекомендации также помогают ответить на вопросы: на что способен данный специалист? что от него можно потребовать? что от него можно ожидать?

Как показывает зарубежная и отечественная практика работы предпринимателей, утечка информации зачастую происходит по инициативе сотрудников фирмы. Следует помнить, что именно работники фирмы всегда в курсе, какая информация может считаться особо ценной для конкурентов. Поэтому предпринимателю необходимо четко разграничить доступ к информации различных сотрудников и не допускать необоснованного ее использования. При увольнении сотрудника предприниматель должен проверить сохранность базы данных и сменить пароли, к которым работник имел доступ согласно своим функциональным обязанностям.

Практика показывает, что в мотивационной основе совершаемых поступков лежит корысть (желание получить значительную сумму денег) или месть (не исключая заодно и материальную выгоду),

например, со стороны уволенного работника, имевшего доступ к коммерческой информации. В связи с этим целесообразно обращать внимание на сотрудников, которые в процессе хозяйственной или иной деятельности проявляют необоснованный интерес к информационным хранилищам, предполагаемым сделкам и партнерам. При возникновении серьезных подозрений в недобросовестности сотрудника по отношению к фирме, на наш взгляд, предпочтительнее с ним расстаться.

Таким образом, в предпринимательстве конкурентная борьба невозможна без получения информации конкурентов. Без владения информацией о действиях конкурентов, предполагаемом спросе на их продукцию трудно быть конкурентоспособным. Возникают два тесно взаимосвязанных обстоятельства:

1) предприниматель вынужден выступать в качестве защитника своих секретов, ценной коммерческой информации;

2) предприниматель вынужден в целях конкуренции добывать, а иногда и воровать, покупать чужие защищаемые секреты.

Такая парадоксальная ситуация царит сегодня в малом бизнесе. Знание основных проблем в области охраны информации, умение их предвидеть и решать на начальном этапе возникновения помогут предпринимателям сохранить и развить свой бизнес.

Л.Б. Лукьянова

РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

Для достижения приоритетности и опережающего характера развития образования необходимо обновление подходов к технологиям обучения, формам, методам и содержанию образования с целью обеспечения высокого уровня личностного и профессионального развития учащегося, студента. В то же время необходимо подчеркнуть, что процесс поиска путей эффективной реализации непрерывного экологического образования, в профессиональной школе в частности, происходит довольно медленно и сопровождается трудностями и про-