

Стратегии сохранения коммерческой тайны цифровой компании при реализации ее пиар-проекта

Научный руководитель – Денильханов Асланбек Хаважович

Макеева Татьяна Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: makeewa99@mail.ru

Компаниям на отечественном рынке необходимо обеспокоиться обеспечением сохранности конфиденциальной информации собственной организации, в противном случае недобросовестные конкуренты используют эти сведения, чтобы устранить нежелательное предприятие из области их общих рыночных интересов.

Согласно исследованию компании по обеспечению информационной безопасности Infowatch за 2017 год, 39,5 % информационных утечек являются последствиями действий внешних злоумышленников, во всех остальных случаях обвиняются сотрудники организации. Причем 8% от числа информационных утечек составляет коммерческая тайна - предмет нашего исследования.

В этом контексте хотелось бы обратиться к результатам другого опроса портала kdelo.ru, в котором 410 респондентам предлагалось ответить на вопрос “Что вы предпринимаете, чтобы секретная информация не стала достоянием конкурентов?” Исследование дало результаты, наглядно объясняющие современную ситуацию на рынке: 73% опрошенных ограничиваются соглашением о неразглашении, 9% проводят профилактические беседы и тренинги и 7% считают единственно правильной мерой в данной ситуации немедленное увольнение для превенции подобных действий от других сотрудников.

Упомянутая крайняя мера далеко не всегда является необходимой и часто играет неблагоприятную роль для репутации компании. Только 11,2 % всех утечек являются собой мошенничество с использованием данных, в то время как 83% квалифицируются в качестве “простой”, непреднамеренной утечки. В действиях менеджерского состава организации, в том числе в политике конфиденциальности компании, должна соблюдаться сбалансированность и разумность.

Сохранение конфиденциальной информации обеспечивается федеральным законом “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”, перечнем нормативных актов о сведениях, относящихся к категории ограниченного доступа и кадровыми документами. Однако специалист по связям с общественностью должен демонстрировать поведение, свободное от стереотипов, проявлять гибкость, руководствоваться не только буквой, но и духом закона, именно поэтому объектом нашего исследования является обращение с конфиденциальной информацией с позиций работника сферы PR. Соответственно предмет данного исследования сужает поле исследовательской работы до освоения стратегий кризисного реагирования на информационные утечки, содержащие коммерческую тайну организации.

В связи с обозначенным объектом намечается необходимость изучить специфику работы со сведениями ограниченного доступа для обеспечения конкурентоспособности компании. В соответствии с поставленной целью сформулированы следующие задачи: прокомментировать основания ограничения доступа к информации, проанализировать успешные стратегии корпоративного управления проектами, выявить основные технологии урегулирования конфликтов при распространении коммерческой тайны сотрудником или некоторым третьим лицом, сформулировать некоторые универсальные тезисы антикризисных

коммуникаций для “красной папки” специалиста по связям с общественностью, осветить этический аспект закона о защите информации, например, выходные интервью при увольнении.

Источники и литература

- 1) Амозова Л.Н., “Управление человеческими ресурсами. В 2-х ч. Учебник и практикум для академического бакалавриата”, под. ред. Л.Н., Баркова, С.А., Бороздиной, Г.Б., Гавриленко О.В., Денильханова А.Х., Москва, ООО “Издательство Юрайт”, 2016;
- 2) Гундарин М.В., “Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации”, Санкт-Петербург, “Питер”, 2012;
- 3) Лашкова Е. Г., Куценко Е.И., “Организация и проведение коммуникационных кампаний”, Москва, “Academia”, 2014;
- 4) Е.А. Суханов, “Российское гражданское право: Учебник: В 2-х томах. Том I. Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права”, Москва, “Статут”, 2011;
- 5) Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 19.07.2018) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации";
- 6) “Глобальное исследование утечек информации в 2017 году”, пресс-центр Infowatch, апрель 2018 ;