"ПРАВО ЗНАТЬ: история, теория, практика"
N 4 (28) апрель 1999 г.

ИНФОРМАЦИОННАЯ "ПОДСВЕТКА" БИЗНЕСА: КТО И КАК ДОЛЖЕН ЕЕ ОБЕСПЕЧИВАТЬ?

На страницах нашего бюллетеня в основном идет речь о проблемах доступа к так называемой социально значимой информации, то есть информации, касающейся социальной, политической и культурной сфер жизнедеятельности общества. Между тем, проблемы доступа к информации возникают и в сфере бизнеса. Какая нормальная фирма захочет подписать договор с прожженным жуликом? А где ей добыть сведения о порядочности вероятного партнера? Государственные органы могут либо предоставить очень ограниченную информацию в виде платных справок, либо вообще отказать в предоставлении информации, сославшись на коммерческую тайну. Остается надеяться на частного детектива. Известно, что сегодня в России около 100 сыскных агентств. Львиная доля выполняемых ими заказов — так называемая деловая разведка. В статье закона это называется так: "Изучение рынка, сбор информации для деловых переговоров, выявление некредитоспособных или ненадежных деловых партнеров". К частным агентствам обращаются не только крупные фирмы, но и бизнесмены средней руки. Обычная бизнес-справка стоит порядка 300-500 долларов, а такую сумму может заплатить даже начинающий предприниматель.

Понятно, что в этой сфере много мошенников. По данным "Независимой газеты" ("Пинкертоны нашего времени", Круг жизни, N 8, май 1999 г.), мошенники от частного бизнеса, занимаясь деловой разведкой, могут купить бизнес-справку у какого-нибудь гиганта детективного бизнеса за 300-400 долларов, а клиенту продать за 5 тысяч долларов. Любопытна ремарка, сопровождающая этот факт: "Дело в том, что у солидной фирмы, проработавшей не один год на рынке таких услуг, создана огромная база данных, поэтому информация стоит дешевле". Откуда берется информация для создания этих баз данных, в какой мере законна деятельность по сбору этой информации — такие вопросы даже не задаются.

В этой же статье цитируется мнение президента одной крупной охранно-сыскной ассоциации Сергея Степанова, который считает, что "рынок должен быть предельно прозрачным, тогда у нас меньше будет заказных убийств и мошенников от бизнеса. В России необходимо создать единое информационное пространство, в котором можно было бы за считанные часы получить ту или иную справку по компании в любом регионе. Во всем мире это — привычное явление. И чем больше будет таких "вкраплений" — частных профессиональных детективных агентств, тем проще будет осуществить так называемую информационную подсветку любой фирмы". Позиция г-на Степанова ясна и в общем-то понятна: обеспечение информационной прозрачности рынка — это тоже бизнес и заниматься им должны частные структуры. Однако есть и другое мнение. Его сторонники считают, что в условиях укрепления суверенитета субъектов Российской Федерации, расширения их полномочий в принятии экономических решений, формирования конкурентной рыночной среды и механизмов ее регулирования значительную роль в создании эффективных механизмов информационного сопровождения экономических процессов должны играть органы власти. Именно такая концепция положена в основу информационно-аналитической системы "НИТРО", разработанной в Новосибирской области. Ниже мы публикуем изложение этого проекта. Надеемся, наши читатели откликнутся на предложение обсудить различные подходы к обеспечению информационной прозрачности отечественного бизнеса.