РЕФЕРАТ

по дисциплине «Коммерция»

на тему «Охрана коммерческой тайны»

1. Коммерческая тайна: основные понятия

Основные понятия, непосредственно связанные с термином Коммерческая тайна, наиболее полно приведены в Федеральном законе «О коммерческой тайне». Приводимые ниже определения далеки от совершенства, но остается руководствоваться ими, как единственными легальными. Детальное рассмотрение вопросов, связанных с нижеуказанными понятиями, будет сделано в соответствующих главах.

Итак, ст.3 Федерального закона «О коммерческой тайне» дает определения следующим понятиям:

1. «Коммерческая тайна — конфиденциальность информации, позволяющая ее обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду». Коммерческая тайна представляет собой не разновидность информации, а ее определенное состояние - конфиденциальность, которая позволяет обладателю информации получить исключительно коммерческую выгоду в виде: увеличения доходов, избегания неоправданных расходов, сохранения положения на рынке либо получения иной коммерческой выгоды.

2. «Информация, составляющая коммерческую тайну, — научно-техническая, технологическая, производственная, финансово-экономическая или иная информация (в том числе составляющая секреты производства (ноу-хау)), которая имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к которой нет свободного доступа на законном основании и в отношении которой обладателем такой информации введен режим коммерческой тайны». Из данного определения Закона видно, что перечень содержащихся в ней видов информации, составляющей коммерческую тайну, не закрыт, т.к. он заканчивается словами «или иная информация». Таким образом, информацией, составляющей коммерческую тайну, может быть любая информация, отвечающая трем указанным в Законе требованиям (критериям) и не отнесенная к сведениям, которые не могут составлять коммерческую тайну (такие сведения будут рассмотрены ниже). Законодатель устанавливает три признака информации, составляющей коммерческую тайну. Она должна иметь коммерческую ценность. Ценность информации — комплексный показатель ее качества, мера пригодности для принятия решений в конкретной сфере. Отсюда коммерческая ценность информации - это показатель ее пригодности (полезности) для принятия решений в коммерческой деятельности. Данный показатель, исходя из сложившейся деловой практики, складывается из трех составляющих: достоверность информации, ее актуальность, полнота информации. Коммерческая ценность поставлена законодателем в зависимость от неизвестности информации третьим лицам — субъектам, не являющимся сторонами связанных с ней отношений. Отсюда берет начало второй неотъемлемый признак информации, составляющей коммерческую тайну, — ее недоступность на законном основании. Предполагается, что третьи лица могут получить указанную информацию только незаконным путем либо в результате небрежности ее обладателя. Последний признак информации, составляющей коммерческую тайну, — принятие превентивных мер, препятствующих общему доступу к ней, иными словами — введение режима коммерческой тайны. Само по себе установление договорных обязательств и других превентивных мер, препятствующих общей доступности к информации, еще не говорит о том, что информация составляет коммерческую тайну. Введение режима коммерческой тайны — замыкающий критерий правовых основ обеспечения интересов ее обладателя, не имеющий юридической силы вне связи с двумя другими рассмотренными критериями.

3. «Режим коммерческой тайны — правовые, организационные, технические и иные принимаемые обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, меры по охране ее конфиденциальности». Данные превентивные меры тесно взаимосвязаны между собой. Более того, большинство превентивных мер изначально включают в себя и правовую, и организационную, и техническую составляющие. Например, чтобы воплотить в жизнь какое-либо техническое решение в области безопасности на предприятии (например, внедрить систему шифрования в корпоративную информационную сеть), необходимо сначала найти ему юридическое обоснование, собрать необходимые разрешения на проведение соответствующих работ (если они требуют лицензирования или прохождения иных процедур, предусмотренных законодательством), продумать возможные последствия такого внедрения (например, возможность нарушения конституционных и иных прав сотрудников). Затем нужно разработать ряд внутрифирменных инструкций (положений, приказов) и провести полномасштабное обучение персонала компании. Другими словами, во исполнение одной технической меры необходимо зачастую принять множество мер юридического и организационного характера. Точно так же во исполнение одной меры безопасности организационного плана, например усиления режима доступа на объект или организации системы фиксирования посещений этого объекта, необходимо внедрить различные технические (электронные) устройства, и это должно быть сделано грамотно не только технически, но и юридически. Указанные меры ниже будут рассмотрены подробно в соответствующих главах.

4. «Обладатель информации, составляющей коммерческую тайну, — лицо, которое владеет информацией, составляющей коммерческую тайну, на законном основании, ограничило доступ к этой информации и установило в отношении ее режим коммерческой тайны». Ограничение доступа к этой информации и установление в отношении этой информации режима коммерческой тайны — два признака, практически идентичные по своему содержанию. Вопрос о том, кто именно может быть обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, будет рассмотрен ниже.

5. «Доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, — ознакомление определенных лиц с информацией, составляющей коммерческую тайну, с согласия ее обладателя или на ином законном основании при условии сохранения конфиденциальности этой информации». Норма не называет способы и средства для предоставления доступа. Поэтому доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, может предоставляться любыми способами и с помощью любых средств по согласованию между обладателем информации и лицом, которому предоставляется доступ.

6. «Передача информации, составляющей коммерческую тайну, — передача информации, составляющей коммерческую тайну и зафиксированной на материальном носителе, ее обладателем контрагенту на основании договора в объеме и на условиях, которые предусмотрены договором, включая условие о принятии контрагентом установленных договором мер по охране ее конфиденциальности». При этом передаваемая таким образом информация, составляющая коммерческую тайну, должна быть обязательно зафиксирована на материальном носителе. Передача информации в устной форме не является «передачей информации, составляющей коммерческую тайну» по смыслу данного Закона.

7. «Контрагент — сторона гражданско-правового договора, которой обладатель информации, составляющей коммерческую тайну, передал эту информацию». Лицо, состоящее с обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, в трудовых отношениях, использующее данную информацию в процессе выполнения своих трудовых функций и принявшее на себя обязательства по сохранению ее конфиденциальности, не является контрагентом в смысле положений настоящего Закона.

8. «Предоставление информации, составляющей коммерческую тайну, — передача информации, составляющей коммерческую тайну и зафиксированной на материальном носителе, ее обладателем органам государственной власти, иным государственным органам, органам местного самоуправления в целях выполнения их функций». «Предоставление информации» схоже с уже рассмотренной выше «передачей информации, составляющей коммерческую тайну». Два указанных понятия практически аналогичны по содержанию, за исключением субъективного состава. Если «передача информации» осуществляется между обладателем информации и его контрагентом, то субъектами, получающими доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, в результате «предоставления», являются органы государственной власти, иные государственные органы, органы местного самоуправления. Предоставление информации осуществляется исключительно в целях выполнения функций указанных органов. Процедурные вопросы «предоставления информации» будут подробно рассмотрены в соответствующей главе.

9. «Разглашение информации, составляющей коммерческую тайну, — действие или бездействие, в результате которых информация, составляющая коммерческую тайну, в любой возможной форме (устной, письменной, иной форме, в том числе с использованием технических средств) становится известной третьим лицам без согласия обладателя такой информации либо вопреки трудовому или гражданско-правовому договору». Наряду с разглашением в законодательстве и литературе встречаются и другие понятия, связанные с несанкционированным получением информации третьими лицами и влекущие полную или частичную (в том числе временную) потерю субъектом фактической монополии в отношении своей конфиденциальной информации. Среди них можно назвать следующие:

* «утечка информации» — процесс, в результате которого информация стала известной определенному лицу (кругу лиц), несмотря на наличие охранных мер, принятых законным владельцем информации (может произойти как в результате активных действий, например хищения или разглашения информации, так и в результате оплошности ее владельца или недостаточности принятых им превентивных мер);
* «хищение информации» — нарушение режима доступа к информации посредством активных противоправных действий, направленных на получение данной информации;
* «трата информации» - это: 1) утрата контроля за информацией, произошедшая в результате ее утечки, в том числе разглашения, хищения или копирования; 2) потеря, порча, блокирование, уничтожение или хищение единственного носителя данной информации и невозможность ее восстановления (в этом смысле можно различать временную и окончательную утрату); 3) утрата целостности или первоначальных свойств информации, в том числе в результате подмены, искажения или модификации информации;
* «искажение информации» - процесс (событие), в результате которого произошли изменения в содержании или форме представления информации без воли на то ее владельца, повлекшие потерю первоначальных свойств данной информации;
* «уничтожение информации» — несанкционированное действие, которое может заключаться в стирании информации в памяти компьютера или с иных носителей, невосстановимой порче бумажного документа и т.д., направленное на потерю данной информации ее законным владельцем;
* «модификация информации» — как правило, заключается в несанкционированном внесении изменений в документ;
* «копирование информации» — ее дублирование и устойчивая фиксация на каком-либо материальном носителе, которые не влекут порчи или уничтожения оригинала (носителя, с которого делается копия).

2. Коммерческая тайна и ее охрана

Любая компания имеет свой секрет достижения успешности и процветания. У одних это оригинальные разработки по организации структуры бизнеса, у других – эксклюзивные методики производства продукции, у третьих – специфические маркетинговые мероприятия. Естественно, что компания — обладатель такой информации, старается не допускать к ней посторонних лиц.

Потеря конфиденциальной информации наносит огромный вред и убытки организации, подчас фатальный. Проведенные исследования показали, что если коммерческая организация допускает утечку более 20% важной внутренней информации, то она в 60 случаях из 100 банкротится. Утверждают также, что 93% компаний, лишившихся доступа к собственной информации на срок более 10 дней, покинули бизнес, причем половина из них заявила о своей несостоятельности немедленно.

Исходя из этого, можно и нужно сделать следующий вывод: существует множество субъектов и структур, весьма заинтересованных в чужой информации и готовых заплатить за это высокую цену. Часто такие сведения являются объектом пристального внимания конкурентов. Так же встречается ситуация когда конкурентом становится бывший работник, использующий сведения, полученные у нанимателя. Он вырос в компании, набрался опыта, знаний и теперь уходит работать к главному конкуренту. Работая на конкурента, работник обратит против бывшего работодателя свои знания. Ведь он в курсе внутренних секретов, слабых сторон и даже планов на будущее.

3. Обзор законодательства, регулирующего вопросы охраны

коммерческой тайны

Спасение коммерческой тайны — дело рук, прежде всего, самих обладателей такой информации. Никакие самые хорошие законы не гарантируют руководителю сохранность коммерческой информации, если он не предпримет для этого должных, соответствующих мер. Однако иметь представление о таких законах все же необходимо.

Сохранение в тайне секретов производства как средство обеспечения фактического преимущества перед другими участниками оборота является самой древней формой охраны творческих результатов прикладного характера. Однако правовое регулирование отношений, связанных с указанными объектами промышленной собственности, появилось лишь в последнее столетие в рамках законодательства о борьбе с недобросовестной конкуренцией.

В России, где на протяжении 70 лет господствовала планово-административная экономика, данный вид регулирования практически отсутствовал. Впервые право участников оборота на сохранение коммерческой тайны было провозглашено Законом СССР от 4 июня 1990 г. «О предприятиях в СССР». В ст. 33 указанного Закона раскрывалось понятие коммерческой тайны как не являющихся государственными секретами сведений, связанных с производством, технологической информацией, управлением, финансами и другой деятельностью предприятий, разглашение (передача, утечка) которых может нанести ущерб их интересам.

Закон РСФСР от 25 декабря 1990 г. «О предприятиях и предпринимательской деятельности», с вступлением в силу которого на территории РСФСР перестал применяться Закон СССР «О предприятиях в СССР», хотя и не содержал определения коммерческой тайны, но подтверждал право предприятия на данный объект интеллектуальной собственности.

Чуть позже Законом РСФСР от 22 марта 1991 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» получение, использование, разглашение научно-технической, производственной или торговой информации, в том числе коммерческой тайны, без согласия ее владельца было квалифицировано в качестве одной из форм недобросовестной конкуренции (ст. 10).

Однако условия, при которых обладатель технической, организационной или коммерческой информации, составляющей секрет производства (ноу-хау), приобретал право на защиту от незаконного использования этой информации третьими лицами, были впервые закреплены ст. 151 Основ гражданского законодательства 1991 г.

С принятием части первой Гражданского кодекса РФ в законодательстве появилось более развернутое определение служебной и коммерческой тайны (ст. 139). Помимо названной статьи в Гражданском кодексе РФ содержатся и другие статьи, которые регулируют отдельные вопросы обеспечения конфиденциальности информации, составляющей коммерческую тайну.

В настоящее время положения об охране коммерческой тайны содержаться в различных нормативно-правовых актах, центральным из которых является Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 года. Данный закон регулирует отношения, связанные с отнесением информации к коммерческой тайне, передачей такой информации, охраной ее конфиденциальности в целях обеспечения баланса интересов обладателей информации, составляющей коммерческую тайну, и других участников регулируемых отношении, в том числе государства, на рынке товаров, работ, услуг и предупреждения недобросовестной конкуренции, а также определяет сведения, которые не могут составлять коммерческую тайну.

Статья 2 указанного Закона устанавливает, что принятие законодательных актов о коммерческой тайне - компетенция законодателя федерального уровня. Соответственно, субъекты Федерации такие акты принимать не уполномочены.

Кроме того, как следует из комментируемой статьи, нормативные правовые акты законодательства о коммерческой тайне должны иметь уровень не ниже федерального закона, что делает невозможным принятие каких-либо норм о коммерческой тайне на уровне постановлений Правительства РФ, указов Президента РФ и т.д.

Помимо названных нормативно-правовых актов вопросы, посвященные коммерческой тайне, так или иначе затрагиваются другими Законами. Среди них можно выделить Закон РСФСР от 22.03.1991 года «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», Федеральный закон от 23.06.1999 года «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», Федеральный закон «О кредитных историях», Уголовный кодекс РФ, Трудовой кодекс РФ и др.

Положения вышеприведенных Законов будут рассмотрены в соответствующих главах настоящего материала.

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс РФ (часть 1, 2). – М.: ИНФРА-М, 2008.
2. Гражданский кодекс РФ. Часть 1. Текст, комментарии, алфавитно-предметный указатель /под ред. О.М. Козарь, А.Л. Маковского, С.А. Хохлова. – М.: Спарк, 1996.
3. Владимирский – Буданов М.Ф. Обзор истории русского права. – Ростов-на-Дону, 2005.
4. Ершова И.В., Иванова Т.М. Предпринимательское право: Учебное пособие. – М.: Юриспруденция, 2008.
5. Предпринимательское право: Учебник для вузов/ Под. ред. Н.М. Коршунова, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ, 2007.