

## **ПРОБЛЕМА КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ В КОНТЕКСТЕ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА**

*Губарев Р.С., Логинов А.С.*

*Бийский технологический институт (филиал)*

*Федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования*

*«Алтайский государственный технический университет*

*им. И.И. Ползунова»*

*roma6970@mail.ru*

Каждый предприниматель, бизнес которого развивается успешно, хотел бы, чтобы такое положение сохранялось максимально долго, и поток прибыли не иссякал. Однако конкуренция есть конкуренция, и интересы других участников рынка начинают работать против бизнесмена. Успешность приводит к появлению завистников и подражателей. Многие другие лица, в числе которых собственные работники, конкуренты, начинающие предприниматели, также хотели бы организовать аналогичный бизнес (по образу и подобию существующего) и извлекать с его помощью большие доходы.

Но зачастую существенным препятствием для прямого копирования чужого бизнеса являются конфиденциальные (секретные) сведения, лежащие в основе данной коммерческой деятельности. Без этих сведений не складывается законченная мозаика бизнеса, в ней образуются обширные незаполненные фрагменты и прорехи, через которые утекает прибыль и клиентура. Подобно тому, как математические уравнения нельзя решить без знания определенного числа неизвестных величин, так и в предпринимательском деле нельзя скопировать чей-либо бизнес без всей полноты коммерческих данных.

Таким образом, сердцевиной многих видов и форм бизнеса является коммерческая тайна, то есть те сведения, которые открывают дорогу к копированию бизнеса, его воспроизводству в различных интерпретациях легальными и нелегальными способами. В более точной формулировке 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 [4].

Что же такое «коммерческая тайна»? В настоящее время действует Федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ «О коммерческой тайне», в котором понятие «коммерческая тайна» определено так: 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». В этом законе впервые в современной России регламентированы отношения, связанные с отношением информации к коммерческой тайне, передачей такой информации, охраной ее конфиденциальности в целях обеспечения баланса интересов обладателей

информации, составляющей коммерческую тайну, и других участников регулируемых отношений, в том числе государства, на рынке товаров, работ, услуг и предупреждения недобросовестной конкуренции, а также определяет сведения, которые не могут составлять коммерческую тайну. Информация, составляющая коммерческую тайну, защищается способами, предусмотренными гражданским законодательством и другими законами. Так, лица, незаконными методами получившие информацию, составляющую служебную или коммерческую тайну, обязаны возместить причиненные убытки. Такая же обязанность возлагается на работников, разгласивших служебную или коммерческую тайну вопреки трудовому договору, в том числе контракту, и на контрагентов, сделавших это вопреки гражданско-правовому договору (статья 139 ГК РФ). Возможны также и другие способы защиты коммерческой тайны: расторжение трудовых и гражданско-правовых отношений, взыскание неустойки и проч. (статья 12 ГК РФ). В Уголовном кодексе РФ установлена ответственность за посягательство на коммерческую тайну. Например, за разглашение коммерческой тайны, совершенное из корыстной или иной личной заинтересованности и причинившее крупный ущерб, предусмотрено наказание вплоть до лишения свободы на срок до 3 лет (статья 183 УК РФ) [3].

Коммерческая тайна – это особая конфиденциальная информация, помогающая предпринимателю повышать продажи, минимизировать расходы, а значит, увеличивать прибыльность бизнеса. Узнать, что представляет собой коммерческая тайна, интересно конкурентам, партнерам и сторонним организациям, претендующим на долю бизнес-рынка или целевой клиентский поток. Когда секреты бизнеса, производственных технологий, маркетинга, оптимизации расходов становятся известны другим, они сразу же начинают применяться другими компаниями в целях их роста и благополучия. Коммерческой тайной называют любые секретные сведения, знание которых помогает приумножить прибыль и снизить расходы компании. Подобная информация представляет интерес для других игроков рынка и является источником получения коммерческих выгод. Коммерческая тайна может касаться области организации бизнеса, производства, научно-технических разработок или интеллектуальной собственности компании, т.е. это любая информация, представляющая потенциальную или имеющуюся коммерческую ценность. Очевидно, что с потерей этого индивидуального права конкурентоспособность организации падает. Режим «Коммерческая тайна» может также касаться базы клиентов, внутренних денежных потоков предприятия или продвижения товара на рынке, а также любого иного вида информации, который может быть представлен в материальном виде, т.е. в форме документов, проектов, моделей, образцов и т.п. Чтобы тайна была под защитой закона, организация, которая является их владельцем, должна быть официально зарегистрированным действующим хозяйствующим субъектом и внесена в единый госреестр. Есть информация, которая не признается как коммерческая тайна. К ней относятся сведения об учредительной документации и руководстве компании, о заработной плате и штатном составе. Так,

организации, работающие в финансовом секторе (страховые, банковские предприятия), не могут скрывать свои бухгалтерские и финансовые отчеты. Меньшее количество конфиденциальной информации легче сохранить в секрете. Также степень контроля повышается, если не афишировать общественности наличие того факта, что у компании есть коммерческая тайна. Итак, информация, относящаяся к коммерческой тайне, имеет следующие признаки: сведения касаются деятельности определенного хозяйствующего субъекта; коммерческая тайна доступна ограниченному кругу лиц, регулировать который может только их правообладатель; конфиденциальности подлежит коммерческая информация, представляющая ценность для иных игроков рынка; все официально зарегистрированные компании вправе охранять сведения в статусе «Коммерческая тайна» от любого вида утечки информации [2].

В настоящее время нет четкой и единой классификации видов конфиденциальной информации, хотя действующими нормативными актами установлено свыше 30 ее разновидностей. Но определенные попытки такой классификации предпринимались учеными. Не имея возможности более детально исследовать вопросы классификации, ограничимся выводом, что в наиболее общем виде на законодательном уровне получили закрепление две разновидности тайн: государственная и коммерческая. ГК РФ и Закон о коммерческой тайне, а также ряд других федеральных законов позволяют признать информацию коммерческой тайной, если она отвечает минимум следующим требованиям:

- 1) имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам;
- 2) не подпадает под перечень сведений, доступ к которым не может быть ограничен, и перечень сведений, отнесенных к государственной тайне;
- 3) к ней нет свободного доступа на законном основании;
- 4) обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности.

К примеру, если какой-либо автор не убежден в том, что его права на созданный продукт будут гарантированы соответственной системой правовой защиты, то он с большой долей вероятности продаст плоды своего труда другому государству.

Недостаток эффективных элементов защиты интеллектуальной собственности мешает формированию полноценного экономического оборота объектов интеллектуальной собственности, приводит к недооценке активов компаний, «утечка» информации умалывает их деловую репутацию, в некоторых случаях служит причиной банкротства или поглощения. В России и в других странах «работают» особые фирмы, которые занимаются шпионажем на предприятиях и разведкой [1].

Таким образом, рассмотрев проблемы в сфере регулирования данных общественных отношений, необходимо отметить, что обеспечение защиты коммерческой тайны в целом должно стать одним из главных направлений государственной правовой и экономической политики России.

### **Список использованных источников:**

1. Анализ проблем защиты коммерческой тайны [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sibac.info/conf/law/ix/26589>, свободный. – Загл. с титул. экрана. – Яз. рус.
2. Коммерческая тайна: как защитить конфиденциальную информацию [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/8692-kommercheskaya-tayna>, свободный. – Загл. с титул. экрана. – Яз. рус.
3. Проверки увольняемого персонала [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://stimul-detect.ru/dlya-organizacij/proverki-uvolnyаемого-personala.html>, свободный. – Загл. с титул. экрана. – Яз. рус.
4. Федеральный закон от 29 июля 2004 г. N 98-ФЗ О коммерческой тайне (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12136454/>, свободный. – Загл. с титул. экрана. – Яз. рус.