Н.Раимова,
самостоятельный соискатель Ташкентского
государственного юридического университета,
кандидат юридических наук

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Аннотация: в статье приведен комплексный анализ сущности и правовой природы режима коммерческой тайны в предпринимательских правоотношениях, даны предложения по совершенствованию действующего законодательства, регулирующего данную сферу.

Ключевые слова: конфиденциальная информация, коммерческая тайна, правовой режим, способы защиты прав.

Аннотация: мақолада тадбиркорлик ҳуқуқий муносабатларида тижорат сирини ҳуқуқий режимининг моҳияти ва унинг ҳуқуқий табиатининг комплекс таҳлили берилган бўлиб, мазкур соҳани тартибга солувчи амалдаги қонунчиликни такомиллаштириш учун бир қатор таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: махфий ахборот, тижорат сирини, ҳуқуқларни ҳимоя қилиш усуллари.

Annotation: in this article are given a complex analyses of essence and legal nature of legal regime of commercial secrets in entrepreneur legal relations and elaborated decisions to improve acting legislation regulating present sphere.

Key words: confidential information, trade secret, method of protection of rights.

Развитие науки и техники предполагает появление новых объектов интеллектуальной собственности, нуждающихся в правовой регламентации в общественных отношениях. К примеру, до недавнего времени информация, коммерческая тайна, «ноу-хау» не рассматривались как объекты гражданского права. С развитием рыночных отношений, началом применения в производстве новых технологий, информация как объект гражданского права стала подвергаться правовой регламентации [1, 34-стр.].

Информация в современном мире является важнейшим элементом общественного развития, так как нынешнее общество поэтапно стало превращаться из информированного в информационное. Велением времени становятся постановка и разрешение огромного количества вопросов, связанных с защитой такого вида информации, как конфиденциальная информация, в частности, коммерческая тайна.

Именно информация, считающаяся тайной, на наш взгляд, способна вызвать интерес у большинства участников предпринимательских правоотношений в силу того, что она представляет неизвестность определенному кругу лиц и как следствие создает достойную конкурентную среду, как среди отечественных предпринимателей, так и зарубежом. Как справедливо отмечает Караходжаева Ш.Р., надлежачий правовой режим регулирования информационной политики обеспечивает достижение ряда ключевых задач: широкое привлечение инвесторов, обеспечение прав и законных интересов акционеров в сфере корпоративного контроля, организация мониторинга состояния

управления в корпорации, принятие наиболее верных стратегических решений [2, 16-стр.].

Каждая компания, независимо от того, расположена ли она с успехом на самой верхушке бизнеса, или же довольно недавно появилась на рынке, имеет свои «ноу-хау» или уникальные секреты производства. В одном случае – это оригинальные разработки по организации структуры деятельности; в другом – эксклюзивные методики производства продукции или оказания услуг; в третьем – специфические маркетинговые мероприятия, направленные на продвижение продукта компании (например, ребрендинг компании Билайн). Все вышеуказанные предпосылки в той или иной мере могут относиться к любой компании, как на отечественном, так и на мировом рынке.

С уверенностью, на наш взгляд, можно утверждать, что конфиденциальность в условиях экономики, ориентированной на рыночные отношения, способна защитить отечественного предпринимателя от различных видов недобросовестной конкуренции (подделка продукции конкурента посредством обратного инжиниринга, подкуп сотрудников, шантаж и т.п.).

К сожалению, на сегодняшний день, в законодательстве Республики Узбекистан нет точного определения коммерческой тайны. Критически осмысливая содержание статьи 98 Гражданского кодекса Республики Узбекистан и нормы Закона Республики Узбекистан «О коммерческой тайне» от 11 сентября 2014 года, следует признать, на наш взгляд, неточности положений норм данных нормативно-правовых актов о том, что коммерческая тайна является информацией, которая «имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу ее неизвестности третьим лицам», «к ней нет свободного доступа на законном основании». Информация может иметь коммерческую ценность не только в силу ее неизвестности третьим лицам. Неизвестность информации третьим лицам сама по себе не является достаточным и необходимым условием для признания ее коммерчески ценной информацией предприятия. В первую очередь, ценность информации определяется ее содержанием. На наш взгляд, условие о недоступности информации содержит излишнюю оговорку *на законном основании*.

Таким образом мы предлагаем следующее определение коммерческой тайны:

Коммерческая тайна – это неопубликованная, имеющая для своего обладателя коммерческую ценность научно-техническая, технологическая, производственная, финансово-экономическая или иная информация, к которой у третьих лиц нет свободного доступа и обладатель которой принимает меры к охране ее конфиденциальности.

Что же касается правового режима коммерческой тайны, то отсутствие точного определения данного понятия в нашей стране требует обращения к законодательству зарубежных стран. В законодательстве зарубежных стран дается следующее определение правового режима коммерческой тайны. К примеру, Федеральный Закон РФ «О коммерческой тайне» определяет правовой режим коммерческой тайны как комплекс правовых, организационных, технических и иных принимаемых обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, мер по охране ее конфиденциальности. Аналогичное определение содержится в законодательстве о коммерческой тайне Азербайджана, Туркменистана и др.

Проанализировав вышесказанное, мы пришли к выводу, что правовой режим коммерческой тайны – это особый порядок правового регулирования, установленный государством в виде правовых норм и обеспеченный силой государственного принуждения. Соответственно элементами правового режима коммерческой тайны являются:

1. Установление права собственности на коммерческую тайну (владение, пользование, распоряжение);

2. Установление категории информации, относящейся к коммерческой тайне по уровню доступа к ней;

3. Установление порядка правовой защиты коммерчески ценной информации.

Как справедливо гласит утверждение: «если один владеет информацией, то это тайна, если двое – нет». В связи с этим, очень важно, на наш взгляд, установить круг субъектов права на коммерческую тайну, содержание их правомочий и т.д. В соответствии с положениями общей теории права, любое субъективное право представляет собой комбинацию трех правомочий:

1) правомочия на собственные действия;

2) правомочия требования от обязанного лица исполнения лежащей на нем обязанности;

3) правомочия на защиту, выражающегося в возможности обращения к компетентным органам для применения мер государственного принуждения в случае нарушения субъективного права [3, 72-стр.].

Данный вопрос на практике создает большое количество проблем, связанных с основаниями возникновения права на коммерческую тайну, определением правового статуса субъектов коммерческой тайны (владельцев и конфиденентов), определения круга правомочий, которыми они должны быть наделены и др.

Так, согласно Закону Туркменистана «О коммерческой тайне» основаниями возникновения права на информацию, составляющую коммерческую тайну, являются:

– создание информации своими силами и (или) за свой счет;

– договор на создание информации;

– договор, содержащий условия перехода права собственности на информацию к другому лицу (лицам).

Субъектами права на коммерческую тайну или обладателем коммерческой тайны является лицо, которое владеет конфиденциальной информацией, составляющей коммерческую тайну на законном основании [4, 21-стр.].

Правовой статус обладателей коммерческой тайны наиболее подробно регламентирован законодательством Азербайджана, в соответствии с которым обладателями коммерческой тайны являются владелец и конфиденент.

Круг правомочий на собственные действия обладателя коммерческой тайны в литературе и законодательстве зарубежных стран также достаточно разнообразен.

Анализ законодательства зарубежных стран показал, что, в первую очередь, сюда относится возможность принятия мер, направленных на сохранение конфиденциальности информации [5, 626-стр.].

К примеру, согласно Федеральному Закону РФ «О коммерческой тайне» обладатель коммерческой тайны вправе:

– вводить в гражданский оборот информацию, составляющую коммерческую тайну, на основании дого-

воров, предусматривающих включение в них условия об охране конфиденциальности этой информации;

– требовать от юридических и физических лиц, получивших доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, соблюдения обязанностей по охране ее конфиденциальности;

– требовать от лиц, получивших доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, в результате действий, осуществленных случайно или по ошибке, охраны конфиденциальности этой информации.

Специфика коммерческой тайны в том, что это право одновременно является и обязанностью, поскольку от наличия или отсутствия таких мер зависит и сама возможность защиты информации, составляющей коммерческую тайну [6, 47-стр.].

Таким образом, владелец коммерческой тайны обладает правом владения, пользования и распоряжения коммерчески ценной информацией. Обладатель коммерческой тайны также может передать право на нее на условиях договора коммерческой концессии (франчайзинга). Фактическое использование такого договора в отечественных условиях сделало необходимым и специальное законодательное оформление данных взаимоотношений [7, 67-стр.].

Исходя из вышесказанного, необходимо сделать вывод о том, что, на сегодняшний день, велением времени является совершенствование действующего законодательства Республики Узбекистан в сфере защиты прав на коммерческую тайну.

Список литературы:

1. Имомов Н.Ф. Интеллектуал мулк ҳуқуқининг янги объектлари / Масъул муҳаррир О.Оқюлов. – Т.: ТДҶОИ нашриёти, 2011. – Б. 34.

2. Караходжаева Ш.Р. Правовое регулирование раскрытия информации в акционерных обществах в Республике Узбекистан: Дис. ... канд. юрид. наук. – Т.: ТГҶОИ, 2005. – С. 16.

3. Погуляев В.В. Постатейный комментарий к Федеральному Закону «О коммерческой тайне» / Погуляев В.В. – М.: ЗАО Юстцинформ, 2005. – С. 72.

4. Степанов А.Г., Шерстнева О.О. Защита коммерческой тайны. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006. – С. 21.

5. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. – М., 1996. – С. 626.

6. Гражданское право в 2 томах. Т. 1. под ред. Е.А. Суханова. – М., 2004. – С. 47.

7. Баратов М.Х. Комплекс тадбиркорлик лицензияси (франшизинг) шартномаси // ТДҶОИ илмий мақола-лар тўплами. – Т., 2005. – № 2. – Б. 67.