

Коммерческая тайна в холдинге: проблемы и их преодоление

Михаил Емельяников, директор по развитию бизнеса компании "Информзащита"



ГЛОБАЛЬНЫЙ экономический кризис, резкое обострение конкурентной борьбы в условиях, когда решается вопрос о выживании компании, массовая миграция персонала, сокращенного из-за возникших проблем или ушедшего вследствие ухудшения условий труда и его оплаты, значительно повысили интерес российских компаний к защите объектов интеллектуальной деятельности – секретов производства (ноу-хау) и иных коммерческих секретов, позволяющих получать и поддерживать конкурентные преимущества.

Установление режима коммерческой тайны (КТ) – необходимое условие для охраны коммерчески ценных сведений – процедура сложная, затратная, требующая тщательной юридической, организационной и технической проработки. Практика показывает, что эта работа по силам в основном крупным компаниям с высокой капитализацией. Коммерческая тайна кондитерской

Установление режима коммерческой тайны (КТ) – необходимое условие для охраны коммерчески ценных сведений – процедура сложная, затратная, требующая тщательной юридической, организационной и технической проработки. Практика показывает, что эта работа по силам в основном крупным компаниям с высокой капитализацией. Коммерческая тайна кондитерской фабрики в Анжиро-Судженске, по поводу которой несколько лет назад пошумел Интернет, – скорее исключение из правил

фабрики в Анжиро-Судженске, по поводу которой несколько лет назад пошумел Интернет, – скорее исключение из правил. Безусловно, небольшие инновационные компании, сосредоточенные на создании и продвижении одного конкретного нишевого продукта, крайне заинтересованы в сохранении своих наработок в секрете. Од-

нако полноценный режим коммерческой тайны, описанный Федеральным законом № 98-ФЗ, в них, как правило, не вводится. Такие компании просто очень жестко ограничивают доступ к технологическим сведениям, не реализуя весь комплекс предусмотренных законом мер.

В крупных холдингах, в каком бы сегменте экономики они ни работали, проблемы установления и поддержания режима во многом схожи. Объясняется это двумя основными причинами – отсутствием в российском законодательстве самого понятия холдинга и особых прав управляющей компании и едиными требованиями закона "О коммерческой тайне" к содержанию режимных мер независимо от размера и формы собственности коммерческой организации. Рассмотрим основные проблемы и возможные пути их решения.

Зачем вообще устанавливать режим коммерческой тайны?

Это первый вопрос, который обычно задают себе или внешним консультантам руководители и менеджеры коммерческих организаций. Ответ на него достаточно прост: государство, предоставляя помощь своих институтов (правоохранительных органов, судов, прокуратуры) для защиты исключительных прав обладателя результатов интеллектуальной деятельности, способных к правовой охране в режиме коммерческой тайны, обуславливает эту помощь выполнением ряда обязательных требований. Если они не выполнены – режим коммерческой тайны нельзя считать установленным. А одним из важнейших атрибутов информации, составляющей коммерческую тайну (ИКТ), является введение обладателем в ее отношении особого режима конфиденциальности. Нет режима – значит нет и ИКТ.

Таким образом, вводя режим КТ, обладатель коммерческих секретов предполагает решить три главные задачи:

- защитить их от неправомерного использования третьими лицами, в том числе работниками предприятия, служащими органов власти, партнерами, конкурентами и др.;
- в случае нарушений исключительных прав законного обладателя секретов получить помощь государственных институтов – судов, прокуратуры, правоохранительных органов – в прекращении противоправной деятельности третьих лиц;
- применить предусмотренные законом санкции к лицам, виновным в нарушении прав, вплоть до привлечения к уголовной ответственности, и возыскать с виновных убытки, понесенные вследствие неправомерного доступа к коммерческой информации.

Установление на предприятии режима КТ позволяет урегулировать в установленном законом порядке отношения и обеспечить защиту интересов обладателя секретов при взаимоотношениях практически со всеми категориями лиц – собственными работниками, контрагентами, государственными и муниципальными органами власти, средствами массовой информации, акционерами, независимыми директорами и т.п.

Когда устанавливается режим?

Это второй ключевой вопрос, который необходимо решать до начала практических действий по введению режимных мер. Можно выделить несколько факторов, подталкивающих к использованию в качестве охранных мер особого режима конфиденциальности.

Режим КТ нужен предприятиям, работающим в жестком конкурентном окружении. Монополисту возможные утечки информации неприятны,

осложняют жизнь, но не являются критичными для бизнеса в целом. Если же конкуренция (не важно, внешняя или внутренняя) сильна, любые значимые сведения могут быть использованы во вред компании. Конкурент существенно сэкономит на разработке новой технологии, опередит с выходом нового продукта или выводом его на новый рынок, перехватит заказ у потенциального партнера, предложит более выгодную цену, попытается дискредитировать предприятие, используя закрытую информацию и т.п.

Институт коммерческой тайны как защитная мера необходим предприятиям, использующим передовые технологии, неизвестные на законном основании конкурентам. Не важно, созданы эти технологии "внутри" или куплены у других компаний. Важно, что их использование обеспечивает конкурентные преимущества, а в случае утечки оно будет утрачено.

Без охраны секретов в режиме КТ не обойтись, если предприятие готовится к прорыву за счет освоения новой области деятельности, выпуска новых продуктов, освоения новых рынков. Время и затраты на прорыв здесь являются решающими факторами. Узнает о готовящемся действии конкурент – велик риск, что найдет средства и опередит, используя добытые (пусть и не всегда законным путем) наработки предприятия.

При этом важно понимать, что установление режима коммерческой тайны потребует существенных ограничений при организации доступа к защищаемой информации и предприятие, его персонал должны быть готовы к этим ограничениям.

Проблемы холдингов

Как правило, крупный холдинг состоит из управляющей компании, а также зависимых и дочерних акционерных обществ (ДЗО). В соответствии с российским законодательством об акционерных обществах, управляющая компания – учредитель или основной акционер ДЗО не имеет каких-либо особых прав, в том числе в части установления режимных мер, управления активами предприятия, реализации кон-

трольных мероприятий, в том числе в области безопасности. Политику ограничения доступа к информации в ДЗО необходимо проводить путем инициирования и принятия соответствующих решений акционерным собранием и советом директоров (наблюдательным советом), используя большинство голосов в этих органах управления. Директивный язык приказов и распоряжений здесь не применим.

При этом обладателем исключительных прав на результат интеллектуальной деятельности является не холдинг в целом, а каждое конкретное предприятие – юридическое лицо и субъект хозяйствования. Поэтому попытки управляющей компании определить для предприятий холдинга перечень информации, составляющей коммерческую тайну, принудить к отнесению тех или иных сведений к секретам производства являются несостоятельными.

Необходимо учитывать, что между предприятиями холдинга возможны конкурентные отношения, особенно при выпуске однотипной продукции, поэтому компания – владельцы секретов производства заинтересованы в передаче их другим предприятиям исключительно на возмездной основе.

Для некоторых предприятий, унаследовавших технологии еще советского периода, не потерявших своих преимуществ до настоящего времени, проблемой является определение обладателя исключительных прав, поскольку одно и то же ноу-хау могут использовать несколько компаний холдинга.

В этих условиях оптимальным представляется следующее распределение зон ответственности. Управляющая компания разрабатывает общие нормы режима КТ, типовые внутренние нормативно-распорядительные и иные документы, необходимые для введения и поддержания режима, осуществляет методическое руководство реализацией режимных мер в ДЗО, организует обучение руководителей и специалистов, повышение осведомленности персонала предприятий по вопросам коммерческой тайны, а также осуществляет контроль за соблюдением режима КТ в целом после инициации и заключения

Режим КТ нужен предприятиям, работающим в жестком конкурентном окружении. Монополисту возможные утечки информации неприятны, осложняют жизнь, но не являются критичными для бизнеса в целом. Если же конкуренция (не важно, внешняя или внутренняя) сильна, любые значимые сведения могут быть использованы во вред компании

соответствующих договоров с компаниями холдинга. ДЗО же формируют свои перечни ИКТ, адаптируют типовые документы к специфике своей деятельности, непосредственно планируют и проводят режимные мероприятия, включая контроль за соблюдением установленных на предприятии требований. При этом в управляющей компании, безусловно, может быть также установлен режим КТ в отношении сведений, созданных в ходе ее деятельности. Управляющая компания может быть владельцем исключительных прав на секреты производства, унаследованные холдингом с советских времен.

Таким образом можно обеспечить проведение единой политики холдинга в области защиты коммерческих секретов, не нарушая законы и не ущемляя прав обладателей секретов производства. ●

Основные мероприятия по установлению режима коммерческой тайны

- Разработка и реализация организационных мер, создание перечня ИКТ и ввод в действие внутренних нормативных документов по охране конфиденциальности.
- Организация разрешительной системы доступа персонала к ИКТ на основании трудовых договоров.
- Передача ИКТ контрагентам на основании гражданско-правовых договоров. Определение порядка представления ИКТ в органы государственной власти.
- Организация учета всех видов носителей ИКТ, контроля за их движением на основе принципа персональной ответственности.
- Организация учета осведомленных в ИКТ лиц и контроля за соблюдением режима коммерческой



Информзащита
Системный интегратор

ИМ

**АДРЕСА И ТЕЛЕФОНЫ
компании "ИНФОРМЗАЩИТА"
см. стр. 56**