

## ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ

В связи с выходом Закона РФ «О коммерческой тайне» в 2004 г. остро встал вопрос о разработке перечня сведений коммерческой тайны в ведомствах, на предприятиях и в организациях.

Лица, претендующие на роль организаторов работ по защите коммерческой тайны, должны, прежде всего, понять ту среду, в которой и в интересах которой им предстоит строить эту работу. «Понять среду» на практике означает уяснить суть рыночных отношений хотя бы на уровне «ликбеза» и четко вычленив при составлении перечня сведений коммерческой тайны те данные, которые соответствовали бы определению коммерческой тайны. Рыночные отношения же в современной России — явление не совсем обычное. Оно характеризуется резким переходом от государственной к частной и коллективной (разного рода кооперативы и т. д.) собственности.

Как прописано в Законе РФ «О коммерческой тайне», *коммерческая тайна — это 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.*

Именно поэтому необходимо уяснить суть рыночных отношений.

В Законе РФ «О коммерческой тайне» также прописано, какую информацию прежде всего нужно отнести к коммерческой тайне, — это вопросы научно-технические, технологические, производственные, финансово-экономические или иная информация, которая составляет секреты предприятия (организации), 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.

При отнесении сведений к коммерческой тайне необходимо руководствоваться режимом коммерческой тайны, который прописан в статье 5 рассматриваемого закона. В ней перечислены основные сведения, которые не могут быть отнесены к коммерческой тайне.

Если обратиться к истории, то мы увидим, что правителями государств в различные эпохи создавались специальные законы, защищавшие интересы производителей, их хозяев и государств от возможной утечки секретов. Например, в Древнем Риме был принят закон, предусматривавший наказание в виде штрафа (который был равен удвоенной величине причиненных убытков) за принуждение чужих рабов к выдаче тайн своего хозяина. В античном мире родилась идея вести торговые книги, тайна которых являлась разновидностью коммерческой тайны. Промышленники, торговцы и банкиры обязаны были вести такие книги, отражавшие их деятельность и материальное положение. Ведение таких книг гарантировало защиту тайны на законном основании.

В результате знакомства с материалами, характеризующими рыночную экономику, взаимоотношения ее участников, у изучающих должна сформироваться достаточно устойчивая убежденность в том, что коммерческая тайна есть продукт и неизбежный атрибут рыночных отношений. В связи с этим все более актуальной будет становиться деятельность с использованием коммерческой тайны, а следовательно, и с обеспечением ее сохранности.

В целях более глубокого понимания необходимости, более того неизбежности, применения мер по защите коммерческой тайны в рыночных условиях представляется полезным обратиться к международному опыту человечества и задаться вопросом, насколько это актуально для жизни людей в тех странах, где рыночные отношения существовали всегда. Для изучения этого вопроса достаточно ознакомиться с общедоступной зарубежной литературой. В результате сравнительно быстро можно прийти к следующим основным выводам.



Во-первых, в условиях рыночных отношений, в условиях конкуренции всегда, с давних пор и до настоящего времени, человечеством активно использовался такой «метод распространения передового опыта» при выполнении различных работ, как хищение чьих-либо достижений в целях использования их для получения собственной выгоды.

Во-вторых, «взаимное воровство» неизбежно приводит к тому, что во всех развитых государствах предпринимаются меры индивидуального противодействия этому явлению, при этом в защите интересов собственника активное участие принимает государство. Ознакомление с состоянием дел в области защиты «фирменных» секретов в таких странах, как Германия, Великобритания, США, Япония, Швеция, Швейцария, Индия, Финляндия, свидетельствует о том, что, хотя и не все страны имеют законодательные акты, регулирующие деятельность по защите коммерческой тайны, однако во всех перечисленных странах государство способствует применению мер по защите секретов, являющихся собственностью негосударственных хозяйственных структур (секреты коммерческие, фирменные, промышленные, производственные, профессиональные и др.).

В большинстве стран защита негосударственных секретов, их взаимосвязь с секретами государственного значения регулируются законами.

В-третьих, можно однозначно утверждать, что в мире не выработано единого понимания того, что в России начали называть коммерческой тайной, а поэтому имеет место значительное разнообразие подходов к организации защиты тайн такого вида.

В ведущих капиталистических странах — США, Германии, Японии — защита коммерческой тайны реализуется системой промышленной секретности, которая базируется на соответствующем правовом обеспечении.

Важно подчеркнуть, что основную роль в обеспечении сохранности коммерческой тайны играют сами фирмы, а не государственные органы. США не имеют национального закона об охране коммерческих секретов, или, по принятой в США терминологии, «фирменных секретов», «секретов производства». В 1969 г. Конгресс США оставил попытку принять такой закон, так как американским юристам не удалось дать исчерпывающее определение термину «секрет производства» (хотя аналогичные законы существуют в 22 штатах в рамках местного законодательства). При этом судами не принимаются иски, связанные с утратой «секретов производства», если установлено, что фирмой не были приняты необходимые меры по сохранности подобной информации.

Понятие «секрет производства» в юридической практике США охватывает незащищенные правом или патентом, но охраняемые фирмой технические, технологические, организационные и административные достижения предприятия, обеспечивающие ему преимущества в конкурентной борьбе. Фирменной документации, содержащей такие секреты, как правило, присваивается гриф.

В законодательстве отдельных штатов США содержится понятие торговых секретов как сведений о способах, образцах, машинах или процессах производства, которые, будучи использованы в бизнесе, могут дать их владельцу преимущества над конкурентами.

В Германии действует закон о недобросовестной конкуренции, в котором выделяются два вида тайн — производственная и коммерческая. Данный закон устанавливает уголовную ответственность (тюремное заключение сроком до трех лет) за следующие виды посягательств: сообщение коммерческой или производственной тайны посторонним лицам; выведывание коммерческой и производственной тайны.

Коммерческой тайной, в отличие от производственной, являются сведения, которые касаются торговых отношений фирм: организация и размеры оборота, состояние рынков сбыта, сведения о поставщиках и потребителях, сведения, касающиеся банковских операций, и т. д.

В Японии уголовным законодательством вообще не предусмотрена ответственность за разглашение коммерческой тайны, а также нет и других нормативных актов, предусматривающих какую-либо ответственность за разглашение таких сведений.

На департаменты кадров, имеющиеся в каждой японской фирме, возлагается контроль за неукоснительным соблюдением разрабатываемых фирмами для своих служащих кодексов, в которых предусмотрены правила соблюдения режима секретности. В них содержатся статьи, запрещающие:

- передавать посторонним лицам сведения, содержащие коммерческую тайну;
- заключать сделки, могущие подорвать доверие к компании со стороны клиентов;
- давать и получать взятки;
- умышленно наносить экономический ущерб;
- устраиваться без санкции руководства на работу по совместительству, в связи с тем что это может привести к невольной выдаче внутрифирменных секретов.

Имеющиеся материалы свидетельствуют о том, что вопросы защиты коммерческой тайны кардинально решаются в некоторых странах, где раньше беспокойства по этому поводу не проявлялось. Пример тому — КНР.

Опыт работы частных служб безопасности, действующих на Западе, был тщательно изучен в КНР и учтен при принятии в 1985 г. решения о создании коммерческих служб безопасности, не входящих в структуру государственных правоохранительных органов.

При анализе понятия «коммерческая тайна» следует глубоко осознать, что тайна — это разновидность собственности. С введением некоторого множества форм собственности появляется соответствующее количество владельцев собственности (наряду с государством), каждый из которых, будучи заинтересованным в ее сохранности, будет прилагать усилия по защите и такой ее формы, как коммерческая тайна. Надо полагать, что усилия эти будут адекватными экономическим интересам хозяйственных структур.

Таким образом, увеличение числа собственников в России приведет к увеличению объема работ, связанных с защитой их интересов, в частности с защитой принадлежащих им секретов.

Защита коммерческой тайны в условиях рыночных отношений должна оградить владельца собственности от недобросовестной конкуренции. Добросовестная конкуренция способствует повышению качества продукции, снижению цен на производимые товары, предоставлению различных льгот потребителю, созданию новых видов товаров и услуг с использованием достижений науки и техники, развитию послепродажного обслуживания и многому другому.

В период становления рынка недобросовестная конкуренция представляет собой серьезную угрозу этому процессу.

К формам недобросовестной конкуренции относятся различные противозаконные посягательства на права конкурентов: скрытое использование торговой марки, подделка продукции конкурента, подкуп и шантаж, обманная реклама и др.

Среди этих форм не последнее место занимают раскрытие или хищение коммерческих секретов, что позволяет злоумышленникам воспроизводить продукцию конкурента.

При организации работ по защите коммерческой тайны на предприятии не следует упускать из виду существование других форм обеспечения безопасности, которые могут быть использованы для защиты интересов предпринимателя. К таковым относятся защита авторского права, права на патенты, промышленные образцы, фирменные наименования, товарные знаки. С точки зрения защиты экономических интересов (обеспечения безопасности экономической информации) предпринимателя перечисленные способы защиты, безусловно, имеют немаловажное значение.

Для того чтобы рекомендовать владельцу коммерческих секретов, каким способом защиты наиболее эффективно пользоваться в том или ином случае, организаторам защиты коммерческой тайны необходимо разобраться в преимуществах и недостатках каждого из них. Так, например, известно, что одним из распространенных способов защиты экономических

интересов предпринимателей, изобретателей, производителей и других владельцев промышленной собственности является патентование. По сути, патент — это охранный документ на конкретный образец промышленной собственности. Он дает право владельцу монопольно производить, рекламировать и продавать этот образец. Причем действия эти владелец может осуществлять только на той территории (в том государстве), где патент приобретен. С другой стороны, эти же действия на той же территории с данным образцом не имеет права производить никто, кроме владельца патента (или по его разрешению). Такое положение о патентовании способствует борьбе с конкурентами, лишает их права на изготовление той же продукции. Многие фирмы проводят защиту патентами продукции еще на стадии ее разработки, а в дальнейшем сопровождают эту защиту другими охранными документами (например, регистрацией товарного знака).

Однако следует понимать и учитывать, что патентование само по себе является и средством рекламы продукции. Это обстоятельство широко используется в промышленном шпионаже для получения первичных сведений о том или ином достижении, причем на ранней стадии выполнения работ, и может послужить толчком к активным действиям по хищению информации, необходимой для быстрого развертывания собственного производства.

В статье 8 Закона РФ «О коммерческой тайне» говорится, что обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, полученной в рамках трудовых отношений, является работодатель. Эта же статья регулирует и отношения между работодателем и работником по указанным вопросам.

Таким образом, прежде чем реализовать тот или иной способ защиты, необходимо произвести глубокую оценку каждого из возможных способов и выбрать наиболее эффективный для данного случая. Это обстоятельство требует от организаторов работ по защите коммерческой тайны соответствующих знаний во всем многообразии методов, способов, форм защиты экономических интересов.

С другой стороны, экономическая ситуация в СНГ, рыночные реалии в своей динамике призваны в значительной мере расширить обмен информацией между предприятиями внутри Содружества. Волей-неволей они будут втянуты в конкуренцию, к которой многие, если не сказать — большинство из них, не готовы ни психологически, ни экономически. В такой обстановке присущая им безоглядная открытость, которая проявляется в различных формах (чаще всего как бесплатный обмен «передовым опытом» хозяйствования), может оказаться не только неразумной, но и экономически опасной.

Сейчас стало почти массовым явлением беззастенчивое заимствование и интеллектуальной, и промышленной собственности. Наиболее ярко оно проявляется, когда сотрудники предприятий (организаций), являясь одновременно и членами малых предприятий, используют методики и программы, знания и технологии, разработанные на предприятиях и являющиеся интеллектуальным капиталом последних.

К этому стоит добавить целенаправленные действия по сманиванию или подкупу служащих предприятия-конкурента с целью овладения секретами его коммерческой и производственной деятельности.

Другой, внешний, аспект связан с расширением внешнеэкономических связей и характеризуется, во-первых, созданием совместных предприятий с участием иностранного капитала, а во-вторых, выходом организаций, предприятий на прямые торгово-экономические контакты с другими странами.

Уже известны факты, когда зарубежные фирмы включают в свои делегации представителей собственных служб безопасности, которые на переговорах поднимают вопросы о гарантиях защиты коммерческих секретов.

Но у торгово-экономического партнерства с другими государствами есть и обратная сторона с точки зрения необходимости защиты коммерческих секретов. Это стремление западных партнеров незаконным путем получить закрытую информацию, представляющую для них экономический интерес. Следовательно, обеспечение экономической безопасности предприятия (организации) и государства в целом в условиях рыночной экономики, существование различных форм собственности и конкуренции настоятельно требуют защиты коммерческой тайны.

Особое внимание организации к обеспечению защиты коммерческих интересов партнеров следует уделять при передаче зарубежным партнерам своих технологий, научной продукции и управленческого опыта, если это не оговорено в договорных отношениях.

Зарубежные партнеры часто подчеркивают требование охранять полученные совместно разработанные технологии как ценные активы. Поэтому в тех случаях, когда должной защиты (охраны) технологий и др. научной продукции нет, западные партнеры не передают технологий и не осуществляют крупных инвестиций в НИОКР.

Однако у зарубежного партнерства есть и обратная сторона с точки зрения необходимости защиты коммерческих секретов. Это — стремление западных партнеров незаконным путем получить защищаемую информацию, представляющую для них экономический интерес. Следовательно, экономическая безопасность предприятия (организации), кооператива и других форм хозяйствования в условиях рыночной экономики настоятельно требует защиты коммерческой тайны.

Определение того, какие коммерческие секреты необходимо защищать на каждом предприятии, в каждой организации, должно строиться на экономическом расчете. Нельзя не отметить, что деятельность по выявлению и защите коммерческой тайны является дорогостоящей. Поэтому построение экономического фундамента системы определения коммерческих секретов и обеспечения их сохранности должно начинаться с создания *модели коммерческой секретности*, отвечающей конкретным особенностям владения, пользования и распоряжения коммерческой информацией во всех структурах хозяйственной деятельности.

Режим коммерческой тайны не может быть использован в целях, противоречащих требованиям защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства.

Наиболее сложным будет решение вопросов, связанных с правами служб безопасности, их сотрудников, методами деятельности последних и средствами, которые могут быть использованы ими для защиты коммерческой тайны. Данные права не должны нарушать Закона РФ «О коммерческой тайне» и других законодательных актов, прав и интересов как отечественных, так и иностранных учреждений и граждан.

При этом необходимо отметить, что постоянными спутниками финансово-экономической безопасности, безопасности научных разработок выступают производственный и коммерческий риски.

Основными источниками угрозы коммерческой тайне во всех сферах хозяйственной деятельности являются, как отмечалось выше, недобросовестная конкуренция, экономически мотивируемые действия иностранных партнеров (протекционные меры, применение селективных тарифных барьеров и т. п.), ошибочные управленческие решения и действия, подрывающие экономические основы деятельности российских партнеров. При этом нарушаются принятые на рынке нормы и правила конкуренции. К ним относятся продажа по ценам ниже себестоимости (демпинг) с целью подрыва позиций конкурента, вплоть до вытеснения его с рынка, установление контроля над деятельностью конкурента и прекращение его деятельности (банкротство), чрезмерное повышение цен или отказ осуществлять поставки, установление дискриминационных цен или коммерческих условий, тайный сговор на торгах и создание картелей, ложная информация и реклама, вводящая в заблуждение.

Для осуществления перечисленных действий со стороны иностранных партнеров производится шпионаж по сбору, присвоению и передаче сведений, составляющих коммерческую тайну, незаконное использование сведений коммерческой тайны лицом (лицами), не уполномоченным на то владельцем сведений, составляющих коммерческую тайну. Объектом шпионажа могут выступать любые материальные и нематериальные объекты, содержащие коммерческую тайну предприятия (учреждения, организации), — документы, чертежи, образцы продукции, неоформленные либо неполные патенты, технические проекты, различного рода ноу-хау, информация о структуре цены, контрактах, поставщиках, маркетинговых исследованиях и иные сведения, составляющие коммерческую тайну. Немалая роль здесь принадлежит коррупции.

Поэтому, прежде чем заниматься организацией защиты коммерческой тайны, необходимо уяснить *понятийно-терминологический блок «защита коммерческой тайны»*.

Справедливый подход к пониманию существа коммерческой тайны связан с поиском ее специфики в определении «коммерческая». В связи с этим возникают вопросы, правильные ответы на которые помогут понять природу и назначение коммерческой тайны, а значит, и выработать адекватный механизм ее защиты. Например, чем отличается коммерческая тайна от государственной, что является формой проявления коммерческой тайны. В отличие от государственной тайны, коммерческая тайна государственным (ведомственными) перечнем не определена, поскольку она всегда разная применительно к различным предприятиям (организациям). Другой критерий состоит в том, что государственная тайна охраняется государством, коммерческая тайна — службой безопасности предприятий (организаций, кооперативов, частных собственников).

Еще одно разграничение определяется тем, что коммерческие секреты могут быть государственными секретами и тогда они подлежат защите не только со стороны соответствующих служб безопасности, но и государства в лице соответствующих органов. Однако государственные секреты не могут быть коммерческой тайной, поскольку в противном случае имела бы место торговля государственными интересами.

В реальной жизни коммерческая тайна всегда выступает в форме коммерческих секретов. Поэтому всякая тайна есть секрет.

Можно дать и другое определение коммерческой тайны. Коммерческая тайна — преднамеренно скрываемые по коммерческим соображениям экономические интересы и сведения о различных сторонах и сферах производственно-хозяйственной, управленческой, научно-технической и финансовой деятельности всех участников рыночных отношений. Охрана этих секретов обусловлена интересами конкуренции и возможными угрозами экономической безопасности тех или иных партнеров на рынке. Отсюда следует вывод о том, что коммерческая тайна возникает тогда, когда она представляет интерес для коммерции. Неправильное понимание этого вопроса приводит к выделению наряду с коммерческой тайной промышленной (или производственной) тайны, где под последней подразумеваются новые технологии, ноу-хау и т. д., т. е. то, что является коммерческой тайной.

Коммерческая тайна может выступать в следующих основных формах:

1. конфиденциальность;
2. договорные условия;
3. контрактные отношения;
4. обязательства (подписка об обязательстве хранить коммерческие секреты).

Индексация коммерческих секретов есть процедура отнесения коммерческих секретов к определенным категориям по следующим признакам:

1. природа коммерческой тайны (технологическая, производственная, организационная, рекламная, маркетинговая, интеллектуальная и другие);
2. принадлежность собственнику (государственная собственность, частная собственность, собственность группы лиц или группы предприятий и т. д.).



Грифование — основополагающая форма индексации сведений, обеспечивающая отнесение конкретного коммерческого секрета к определенной категории с учетом степени его секретности и определяющая порядок защиты этого секрета. Коммерческие секреты могут иметь гриф «конфиденциально», «строго конфиденциально», «конфиденциально только адресату» и др.

Носитель коммерческого секрета — лицо, осведомленное в коммерческих секретах. Конфиденциальность — одна из форм защиты коммерческой тайны. Конфиденциальность означает, что при заключении и выполнении контракта на проведение научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ или при использовании их результатов стороны обязаны сохранять в тайне и не разглашать третьей стороне данные об этих результатах, процессах их получения, финансовую, деловую и другую информацию, связанную с предметом и условиями контракта. Поэтому важна надежность сохранности коммерческих секретов от конкретных лиц, которым не доверены эти секреты. И здесь главная роль принадлежит работе с кадрами, правильному их подбору, расстановке и воспитанию. Причем работа эта должна начинаться при приеме человека на работу. Заключаемые контракты при приеме на работу должны быть конкретными, в них должны быть в обязательном порядке отражены вопросы защиты коммерческих секретов.

Например, параграф 7 коллективного договора служащих страховых компаний Австрии гласит: «Служащий обязан безоговорочно сохранять коммерческую тайну, а также выполнять, содержащиеся в законодательстве... требования о неразглашении сведений. Обязанности по сохранению тайны имеют силу также и после прекращения трудовых соглашений». Причем этот параграф подкреплен соответствующей статьей уголовного законодательства об ответственности за передачу «коммерческой тайны»...

Следующей активно используемой в работе с кадрами мерой является ограничение доступа к коммерческим секретам. Эта мера, конечно, не сможет сама по себе полностью защитить от возможной утечки информации, но позволит хотя бы свести к минимуму возможный ущерб.

Важным направлением в работе с кадрами является проведение воспитательной работы. Американские специалисты в области противодействия шпионажу дают владельцам и администрации фирм (компаний) следующие рекомендации:

1. использовать любую возможность и ситуацию для пропаганды программы обеспечения режима секретности коммерческой тайны и применять в этих целях специальные указатели, обозначения и наименования, размещаемые в коридорах фирм, кабинках лифтов, дверях конференц-залов и т. д.;
2. не забывать периодически вознаграждать сотрудников фирмы за успехи в защите коммерческих секретов;
3. всемерно стимулировать заинтересованность и участие сотрудников фирмы в выполнении программы защиты коммерческих интересов.

Голые призывы, как правило, не дают положительного результата потому, что значительное место в воспитательной работе должно отводиться обучению сотрудников. Целями обучения являются:

1. четкое знание сотрудниками объемов охраняемой информации, за безопасность которых они несут личную ответственность;
2. понимание исполнителем характера и ценности данных, с которыми он работает, возможных способов и методов проникновения к этим данным;
3. обучение установленным правилам и процедурам хранения и защиты закрытых данных.

Вместе с тем кадровая работа не ограничивается только воспитанием и обучением. Важнейшей заповедью является следующее правило: руководитель должен продемонстрировать, что он со всей строгостью относится к нарушениям правил безопасности. Исполнитель, нарушивший

эти правила, должен быть немедленно обнаружен и наказан со всей строгостью действующего законодательства. А для этого должна быть установлена жесткая система контроля. Сотрудник в такой ситуации будет знать, что разглашение им коммерческих секретов повлечет за собой серьезные неприятности.

Следующим важным направлением в организации работы по защите конфиденциальной информации является установление порядка обращения с ее носителями. Следует отметить, что порядок этот хорошо разработан и подробно описан в разделе «Секретное делопроизводство» Инструкции 3-1 2004 г. Нарботанный в этой сфере опыт с некоторыми оговорками может быть принят в качестве рекомендаций при защите коммерческих секретов. На носителях коммерческих секретов должны быть размещены отличительные пометки, различающиеся по уровню секретности. Работа с носителями подобной информации должна проводиться в специально выделенных для этих целей помещениях.

Как показывает практика, у нас в стране значительная утечка коммерческой информации происходит в ходе ведения переговоров. В этой ситуации еще до начала переговоров сотрудник должен четко представлять, какую информацию он имеет право передать партнеру по переговорам, а что должен оставить «за кадром», т. е. сотрудников надо учить представлять информацию по методу «черного ящика».

В конце концов, работник, ведущий переговоры, должен осознать, что от успешно проведенных переговоров зависит его личное благополучие и процветание предприятия (организации).

Отдельного разговора заслуживает такой аспект защиты информации, как противодействие техническим средствам ее получения. Здесь целесообразно привести несколько рекомендаций организационного характера.

Утечка конфиденциальной информации может происходить при использовании открытых каналов связи. При работах, связанных с коммерческой тайной, применение таких каналов необходимо запретить. Широко используются злоумышленниками различного рода закладки (микрофоны, миниатюрные передатчики и пр.). Поэтому переговоры должны проводиться в специально выделенных и аттестованных помещениях. Кроме того, на переговорах должны присутствовать только те, кому это необходимо.

Отдельные условия должны соблюдаться при использовании вычислительной техники.

При организации защиты информации необходимо использовать положительный опыт иностранных государств.

В заключение можно констатировать, что защита коммерческих секретов напрямую вытекает из перечисленных мер, прописанных в п. 1 статьи 10 Закона РФ «О коммерческой тайне». К ним относятся:

1. определение перечня информации, составляющей коммерческую тайну;
2. ограничение доступа к информации, составляющей коммерческую тайну, путем установления порядка обращения с этой информацией и контроля за соблюдением такого порядка;
3. учет лиц, получивших доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, и (или) лиц, которым такая информация была представлена или передана;
4. регулирование отношений по использованию информации, составляющей коммерческую тайну, работниками на основании трудовых договоров и контрагентами на основании гражданско-правовых договоров;
5. нанесение на материальные носители (документы), содержащие информацию, составляющую коммерческую тайну, грифа «Коммерческая тайна» с указанием правообладателя этой информации (для юридических лиц — полное наименование и место нахождения, для индивидуальных предпринимателей — фамилия, имя, отчество являющегося индивидуальным предпринимателем и место жительства).

---

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Берже Жак. Промышленный шпионаж. М.: Международные отношения, 1972.
2. Розенберг В. Промышленная тайна. СПб.: Типография редакции периодических изданий Министерства финансов, 1910.
3. Германский закон «О недобросовестной конкуренции» от 27 мая 1896 г. с изменениями в 1909 г.
4. Popular mechanics. 1968.
5. Business week. 1968.
6. Newsweek. 1968.
7. Указ Президента РФ от 6 марта 1997 г. № 188.
8. Закон РФ «О коммерческой тайне» от 29 июля 2004 г. № 98–ФЗ.
9. Закон СССР «Об общих началах предпринимательства» от 02 апреля 1991 г. № 2079–1.
10. Уголовный кодекс РФ.
11. Предпринимательство и безопасность. Специздания.
12. Приткин И. Учимся торговать // Правительственный вестник. 1991. Ноябрь. № 45.
13. Информационный бюллетень. 1999. № 11.
14. Рубанов В. А. Охрана коммерческих тайн в рыночных условиях: Проект Закона СССР «О коммерческой тайне» // Вестник агентства PostFactum. 1990. № 11. С. 7–9.
15. Куликов А. О. О коммерческой и служебной тайне // Хозяйство и право. 1996. № 11. С. 99–103.
16. Практика защиты коммерческой тайны в США. М.: Крокус Интернэшнл, 1993.
17. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации»: Комментарий. М., 1996.
18. Поллард А. М., Пассейк Ж. Г., Эллис К. Х., Дейли Ж. П. Банковское право США. М.: Прогресс, 1992.

