УДК/UDC 347

Понятие секрета производства (ноу-хау) как объекта интеллектуальных прав

Кривова Надежда Сергеевна
студентка юридического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: nadya.krivova.95@mail.ru

Нетишинская Любовь Федоровна (научный руководитель)
кандидат юридических наук, доцент кафедры международного частного и предпринимательского права
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы, связанные с анализом понятия секрета производства (ноу-хау) как объекта интеллектуальных прав. При этом раскрываются признаки информации, которая может считаться секретом производства.

Ключевые слова: секрет производства (ноу-хау), объект интеллектуальных прав, коммерческая тайна, информация.

The Notion of Know-How as an Object of Intellectual Rights

Krivova Nadezhda Sergeyevna
student of the Faculty of Law
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: nadya.krivova.95@mail.ru

Netishinskaya Lyubov Fedorovna (research advisor)
Candidate of Law, assistant professor of the International Private and Business Law Department

Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia

Abstract

The article examines the issues connected with the analysis of the notion of trade secret (know-how) as an object of intellectual rights. The author describes the indications of information that can be considered as a trade secret.

Key words: trade secret (know-how), object of intellectual rights, commercial secret, information.

Термин «ноу-хау» впервые был употреблен в судебной практике США в 1916 году, буквальный перевод этого понятия с английского — «знаю как». В законодательстве Российской Федерации синонимом термина «ноу-хау» является термин «секрет производства».

До введения части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации [1] понятие «ноу-хау» не имело законодательного закрепления, и различные ученые трактовали его по-разному, из-за чего возникало множество споров и противоречий. Многие ученые разъединяли понятия секрета производства и ноу-хау, не считая их синонимами. Ряд авторов, в частности О. В. Добрынин [2], А. А. Акопян [3], И. А. Зенин [4], предлагали определять ноу-хау как конфиденциальную информацию. О. А. Потрашкова [5] определяла секрет производства как не только технические решения, но и сведения иного характера, включая профессиональные знания, навыки, опыт в различных сферах деятельности. Некоторые авторы, в частности А. П. Белов [6], считали ноу-хау особым видом прав на промышленную собственность. Как видим, в основном вышеуказанные ученые трактовали понятие «ноу-хау» как конфиденциальную информацию (сведения в виде знаний, навыков, результатов разработок), при этом некоторые из них отмечали наличие секрета производства режима коммерческой тайны, другие — наличие у этой конфиденциальной информации коммерческой ценности.

Завершением противоречий в области определения понятия «ноу-

хау» стало принятие части 4 ГК РФ. Действующее гражданское законодательство закрепило понятие секрета производства (ноу-хау), что позволило прекратить какие-либо споры. Согласно п. 1 ст. 1465 ГК РФ секретом производства (ноу-хау) признаются сведения любого характера о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере и о способах осуществления профессиональной деятельности, имеющие действительную или потенциальную коммерческую ценность вследствие неизвестности их третьим лицам, если к таким сведениям у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и обладатель таких сведений принимает разумные меры для соблюдения их конфиденциальности, включая введение режима коммерческой тайны.

Исходя из текста п. 1 ст. 1465 ГК РФ, можно сделать вывод, что законодатель считает термины «секрет производства» и «ноу-хау» синонимами.

Обозначив определение, данное нам законодателем, мы можем сделать вывод, что секретом производства может быть любая информация, которая соответствует следующим признакам:

1) она должна представлять действительную или потенциальную коммерческую ценность, то есть возможность извлечения выгоды из сведений, составляющих секрет производства (ноу-хау);
2) данная информация должна носить конфиденциальный характер, то есть не должна быть известна третьим лицам, а только обладателю;
3) к информации не должно быть свободного доступа у третьих лиц на законном основании, то есть отсутствие свободного доступа означает принятие обладателем мер для сохранения сведений в тайне;
4) также должен быть введен режим коммерческой тайны.

Что касается последнего, то первоначально Федеральный закон «О коммерческой тайне» [8] рассматривал секрет производства как разновидность коммерческой тайны, а сама коммерческая тайна понималась и как совокупность сведений, и как их конфиденциальность. Но в соответ-

ствии с изменениями, внесенными Федеральным законом «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (статья 4) [9] в ФЗ «О коммерческой тайне», редакция определения коммерческой тайны изменилась следующим образом: коммерческая тайна — режим конфиденциальности информации, позволяющий ее обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду (ст. 3 ФЗ «О коммерческой тайне»). Следует отметить, что коммерческая тайна как, согласно ее нынешнему определению, режим конфиденциальности информации вводится в отношении именно секрета производства.

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы: во-первых, законодатель считает термины «секрет производства» и «ноу-хау» синонимами. Во-вторых, понятие секрета производства (ноу-хау) связано с категорией информации, причем информации оборотоспособной, которая составляет содержание секрета производства. Соблюдение режима конфиденциальности в данном случае является важнейшим условием предоставления ноу-хау правовой охраны. Это означает, что правообладатель должен не только уведомить о том, что он охраняет принадлежащие ему сведения, которые представляют коммерческую ценность, но и принять необходимые меры по защите конфиденциальности секрета производства.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая: Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52. Ст. 5496.

2. Добрынин О. В. Особенности правовой регламентации «ноу-хау»: автореферат дисс. ... канд. юрид. наук. М.: Аудиторские ведомости, 2003. 73 с.

3. Потрашкова О. А. О правовой природе секретов производства (ноу-хау): автореферат дисс. ... канд. юрид. наук. М.: Инновационное право, 2008. № 2. 22 с.

4. Белов А. П. Ноу-хау во внешней торговле. М.: Право и экономика, 1996. №

9. 63 с.

5. Акопян А. А. Гражданско-правовое регулирование отношений в области передачи ноу-хау: Автореферат дисс. ... канд. юрид. наук. М.: Журнал российского права, 2008. 24 с.

6. Зенин И. А. Предпринимательское право: учебник для вузов / И. А. Зенин. М.: ЕАОИ, 2008. 476 с.

7. Маковский А. Л. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации / А. Л. Маковский. М.: Статут, 2008. 720 с.

8. Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ // Российская газета. 2004. 5 августа.

9. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ // Российская газета. 2014. 14 марта.

10. Российское гражданское право: Учебник: В 2 т. Т. 1 / отв. ред. Е. А. Суханов. М.: Статут, 2010. 958 с.