

И.М. РАССОЛОВ,  
доктор юридических наук,  
заведующий кафедрой  
информационного,  
предпринимательского  
и торгового права  
Российского государственного  
торгово-экономического  
университета,  
профессор  
Московской государственной  
юридической академии  
им. О.Е. Кутафина

I.M. RASSOLOV,  
the doctor of jurisprudence,  
the head of the department  
of information,  
enterprise and commercial law  
of the Russian state trade  
and economic university,  
the professor  
of the Moscow state legal academy  
of O.E. Kutafin

## TRADE SECRET IN PRIVATE LAW

### КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА В ЧАСТНОМ ПРАВЕ

**Ф**ормируется новая предметная область правовых отношений, в центре внимания которой находятся юридические аспекты создания и использования информационных ресурсов. Специфика правового регулирования данной социальной сферы вытекает из особой деятельности субъектов гражданского права в информационной сфере общества и ее подсистемах. Для коммерческого оборота информация приобретает большую ценность, когда она циркулирует, нежели, когда находится в статическом состоянии.

Ключевые слова: частное право, информационное право, коммерческая тайна, информация, информатизация, охрана гражданских прав, ноу-хау.

**T**he new subject domain of legal relations in which center of attention there are juridikchesky aspects of creation and use of information resources is formed. Specifics of legal regulation of this social sphere follows from special activity of subjects of civil law in the information sphere of society and its subsystems. For a commercial turn information gets a great value when it circulates, rather than when is in a static condition.

Keywords: private law, information right, trade secret, information, information, protection of the civil rights, know-how.

Тенденцией последних десятилетий является активное развитие такой сферы деятельности, как защита коммерческой тайны и развитие массовых коммуникаций. Правовое регулирование отношений в сфере документирования информации, обращение социальной информации в современных коммуникативных сетях становится актуальным не только для отдельных государств, но и для международного сообщества в целом. Формируется новая предметная область правовых отношений, в центре внимания которой находятся юридические аспекты создания и использования информационных ресурсов. Специфика правового регулирования данной социальной сферы вытекает из особой деятельности субъектов гражданского права в информационной сфере общества и ее подсистемах. Для коммерческого оборота информация приобретает большую ценность, когда она циркулирует, нежели, когда находится в статическом состоянии. Напротив, если речь идет о защите частной информации, то ее ценность и целостность напрямую связана с обеспечением надлежащего уровня конфиденциальности сведений.

В этой связи весьма важным является комплексное решение задач формирования и реализации механизмов защиты прав на коммерческую тайну в гражданском обороте, в получении на этой базе конкретных результатов исследования, которые в условиях перехода России к инновационной экономике на должном теоретическом и практическом уровне пока не решена.

Сложность решения такой задачи обусловлена, с одной стороны, освоением бизнес-сообществом принципиально новых, конкурентоспособных технологий и расширением ассортимента предлагаемых товаров, что напрямую связано с использованием информации, составляющей коммерческую тайну. С другой стороны, это касается высокого уровня несанкционированного коммерческого использования чужой ценной информации, что также требует разработки адекватных мер по формированию механизмов защиты коммерческой тайны.

Среди очевидных проблем, стоящих сегодня в праве можно выделить следующие: определение объекта коммерческой тайны, регламентация правомочий субъектов права на коммерческую тайну и особенностей режима коммерческой тайны; разработка концепции формирования механизма защиты прав на коммерческую тайну; анализ нарушений права на коммерческую тайну и классификация способов защиты коммерческой тайны; определение направлений деятельности менеджеров и юристов по возмещению убытков, причиненных нарушением права на коммерческую тайну и др.

Проблемы защиты прав на коммерческую тайну пока не решены до конца как в нашей стране, так и в других государствах. Данная тематика, конечно, привлекала внимание целого ряда исследователей, преимущественно на уровне кандидатских диссертаций (М.С. Зельцер, А.Г. Карташяна, О.Г. Павловой, Р.В. Северина и др.), научных статей (М.В.

Беляева, Е.К. Волчинской, О.В. Добрынина, О.К. Князева, А.А. Кузьмина, О.А. Потрашковой и др.), разделов в учебниках и учебных пособиях (И.А. Зенина, О.М. Олейник, А.Н. Коломиец, А.А. Левина, В.В. Погуляева, В.А. Северина, А.П. Сергеева, А.А. Фатьянова и др.).

Способы защиты коммерческой тайны в большинстве работ рассматриваются в контексте проблем интеллектуальной собственности и правовой охраны различных видов информации. Очевидно, что проблема защиты права на коммерческую тайну нуждается в комплексном правовом исследовании именно с междисциплинарных позиций.

Коснемся лишь наиболее существенных проблем в сфере защиты коммерческой тайны, которые требуют сегодня решения в современной юридической науке.

Во-первых, это касается упорядочения терминологического аппарата. Это относится в первую очередь к таким понятиям как «коммерческая тайна», соотношения понятий «охрана гражданских прав» и «защита гражданских прав» и др. Опираясь на доктринальные наработки прежде всего романо-германской правовой системы (Франция, Германия), а также позицию профессора В.А. Дозорцева, считаем, что коммерческая тайна представляет собой более емкое и объемное понятие, включающее в себя секрет производства (ноу-хау), а также другие виды коммерческой информации.

В ретроспективе ноу-хау возникает как альтернатива патентной охране. Предпринимателям и соб-

ственникам иногда выгодно не патентовать, используемые по назначению изобретения, а отнести сведения о них к режиму коммерческой тайны.

Российский законодатель отождествляет понятие секрет производства и коммерческую тайну в главе 75 ГК РФ. Позицию законодателя по данному вопросу нельзя считать определенной раз и навсегда<sup>1</sup>. Речь идет лишь об определении некоего собственного национального подхода к соотношению анализируемых выше понятий. И в среднесрочной перспективе можно ожидать существенных изменений в сфере формирования всего понятийного аппарата частного права.

Вместе с тем эти два вида информации исторически различаются характером, объемом (содержанием) и основаниями возникновения на них прав<sup>2</sup>. Следует отметить, что ноу-

<sup>1</sup> Например, это также касается исключения информации как объекта гражданских правоотношений из ст. 128 ГК РФ. Данный факт послужил важным фактором для формирования и становлении современной доктрины информационного права. Если цивилисты данный объект не считают «своим», то научная школа информационного права с признает (и включает) информацию как объект информационных правоотношений, руководствуясь ст. 5 Федерального закона Российской Федерации от 27 июля 2006 г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448.

<sup>2</sup> См. более подробнее об этом: Дозорцев В.А. Понятие секрета промысла (ноу-хау) // Вестн. Высшего Арбитражного

хау может полностью и не поглощаться режимом коммерческой тайны (например, когда ноу-хау может выступать предметом купли-продажи или вноситься в качестве вклада в уставной капитал предприятия и др.). Например, М.С. Зельцер считает, что «ноу-хау» является объектом передачи и соответствующих сделок, а «деловой секрет» юридическое лицо сохраняет для собственного пользования. Например, это может касаться тех же результатов маркетинговых исследований, которые могут выступать предметом той или иной сделки<sup>3</sup>. Помимо того, мы считаем, что у режима коммерческой тайны есть множественный субъект<sup>4</sup>, тогда как ноу-хау может включать свойство исключительности. Например, О.В. Добрынин признавая сходство признаков, принадлежащих ноу-хау и коммерческой тайне, вместе с тем, указывает на тот факт, что ноу-хау полностью не поглощается коммерческой тайной, поскольку его

потенциальная ценность не связана с конкретным бизнесом<sup>5</sup>. Последнее имеет принципиальное значение для защиты информации, находящейся в данном режиме конфиденциальности. Как подчеркивает А.Е. Шерстобитов, возможности защиты информации с помощью распространения на нее режима коммерческой тайны имеют особенности, она основана на праве определения самим правообладателем особого режима доступа, который непосредственно связан с ее конфиденциальностью информации, не предназначенной для публичного ознакомления<sup>6</sup>. А.И. Козырев пишет: «Понятие коммерческой тайны существенно шире, чем понятие «ноу-хау», так как коммерческую тайну могут составлять также списки клиентов, первичные бухгалтерские документы и многие другие сведения, разглашение которых нежелательно по тем или иным причинам»<sup>7</sup>.

В этой связи мы полагаем, что коммерческая тайна и объект ее защиты это не любая, охраняемая по усмотрению субъекта предпринимательской деятельности информация,

Суда Российской Федерации. 2001. № 7. С. 107-111. Еременко В.И. Конкурентное право Российской Федерации. М., 2001. С. 157; Добрынин О.В. Особенности правовой регламентации ноу-хау // Дисс. ...канд. юрид. наук. М., 2003. С. 130.

<sup>3</sup> См.: Зельцер М.С. Гражданско-правовой режим информации // Автореф. дисс. ...канд. юрид. наук. М., 2004. С. 21.

<sup>4</sup> Здесь нет смысла говорить о неких особых субъектах права или субъектах права нового типа, так как вступающие в правоотношения лица могут самостоятельно осуществлять свои права и нести обязанности, вместе с тем, в определенных случаях их можно объединять и во «множественный субъект».

<sup>5</sup> См.: Добрынин О.В. Особенности правовой регламентации ноу-хау // Дисс. ...канд. юрид. наук. М., 2003. С. 130.

<sup>6</sup> См.: Шерстобитов А.Е. Глава 75. Право на секрет производства («ноу-хау») // Научно-практический комментарий к части IV Гражданского кодекса Российской Федерации (под общей ред. проф. Е.А. Суханова). Труды Юридического факультета: В 50 т. Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, юрид. ф-т, кн. 9. М.: Правоведение, 2008. С. 446.

<sup>7</sup> См.: Козырев А.И. Оценка интеллектуальной собственности. М. 1997. С. 21.

в отношении которой установлен режим конфиденциальности. Нам представляется, что подобная информация в первую очередь должна быть связана с предпринимательской деятельностью лица (и прежде всего, с его способностью извлекать прибыль от использования таких сведений). И здесь идет речь о потенциальной и коммерческой ценности подобной информации, ее связи с осуществляемой предпринимательской деятельностью. Иначе может произойти смешение коммерческой тайны с персональными данными, с личной тайной и др. На сегодняшний день нам представляется более удачной законодательная трактовка понятия коммерческой тайны не через слово «сведения», а через категорию «режим доступа к сведениям» и «режим конфиденциальности информации» (ст. 3 Федерального закона от 29.07.2004 №98-ФЗ «О коммерческой тайне»<sup>8</sup>).

Сама же информация, составляющая коммерческую тайну – это сведения любого характера, имеющие действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в отношении которых обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны, обеспечивающий возможность извлечения прибыли от использования подобной информации.

Право на коммерческую тайну определяется через ряд правомочий, выраженных в правомочии-пользования; праве-требования; праве-

притязания и др. Отсюда же вытекают правомочия самого субъекта права на коммерческую тайну (например, предпринимателя): возможность собственных активных действий; возможность обратиться с требованием к третьим лицам о воздержании от действий, которые могут привести к нарушению; возможность использовать дозволенные законом средства собственного принудительного воздействия на правонарушителя, включая право на самозащиту<sup>9</sup>.

Во-вторых, это охрана гражданских прав и проблема выбора способов защиты права на коммерческую тайну. Охрана в общем виде представляет собой совокупность мер, обеспечивающих нормальный ход реализации прав. В этой связи нам представляется, что категория «охрана гражданских прав» будет более широкой и включать в себя совокупность мер не только правового (сюда же мы можем отнести правовую защиту), но и экономического, организационного и иного характера, направленные на создание необходимых условий для осуществления прав и законных интересов заинтересованных лиц.

Особенностью защиты подобного вида информации являются выбор самих защитительных мер, который выбирает не государственный орган, а сами обладатели прав. При этом нарушением права на коммерческую тайну должно считаться не всякое получение третьим лицом ранее не-

<sup>8</sup> Собрание законодательства РФ, 09.08.2004, № 32, ст. 3283.

<sup>9</sup> Северин Р.В. Механизм защиты прав на коммерческую тайну / Дисс...канд. юрид. наук. М., 2011. С. 22-29.

известной и ценной для него информации, а только завладение такой информацией с помощью незаконных методов. В этой связи можно выделить несколько уровней возможных угроз в данной сфере. Первый уровень — это внутренние угрозы (акционеры, наемные работники, которые не имеют доступа к коммерческой тайне в силу выполняемых ими функций) и второй уровень — это внешние нарушители (контрагенты, конкуренты и др.). Исходя из этого, в зависимости от правомочий субъекта этого права, можно выделить внутренние и внешние охранительные правоотношения<sup>10</sup>. Внутренние отношения возникают с наемными работниками, с акционерами компаний в отношении охраны коммерческой тайны. Внешние правоотношения возникают, например, с регистрирующими, контролирующими органами по запросу которых может представляться информация. Сами же нарушения гражданских прав возможны не только со стороны контрагентов, но и со стороны третьих лиц. Одно и то же правонарушение может быть не только нарушением гражданско-правовых норм и договорных обязательств, но и преступлением и проступком. Отсюда выделяются две группы возможностей: самостоятельно, в одностороннем порядке предпринимать фактические и юридические действия; или обратиться в юрисдикционный орган за защитой собственного права.

---

<sup>10</sup> См. об этом подробнее: *И.М. Рассолов. Управление в сфере предпринимательства. М.: Изд-во Икар, 1998. 231 с.*

В-третьих, заслуживает особого внимания вопрос о соотношении информации, составляющей объект коммерческой тайны, с товаром и информационным продуктом. Прежде всего это связано с тем, что информационная деятельность удовлетворяет потребности в знании за счет его переработки и создания информационных продуктов или предоставления информационных услуг. В продуктах и услугах воплощается уникальное, специализированное, общедоступное, общественно полезное знание. Оно может быть очень дорогим и почти бесплатным, его получение может занять годы и долю секунды. Мы считаем, что сама по себе информация не может выступать товаром. Товаром может выступать целостный информационный продукт, обладающий определенными свойствами, о которых в последнее время начали писать и цивилисты. Среди свойств информационного продукта можно выделить: целостность произведения, наличие авторства (наименования, выходных данных и др.); цену (наличие спроса на этот продукт) или пометку «Свободная цена»; функциональное назначение (продукт не является полностью бесполезным; в конечном итоге он может решить определенную задачу или выполнить заложенную в нем функцию); полезность (подразумевается, что информационный продукт не будет вреден для того, кто им пользуется)<sup>11</sup>. Наиболее сложным вопросом

---

<sup>11</sup> Нужно отметить, что последний признак иногда рассматривается как дискуссионный.

в праве на сегодняшний день остается вопрос определение сущности и классификация «мягких» информационных товаров в гражданском обороте<sup>12</sup>.

В-четвертых, это проблема защиты и обеспечения целостности частной информации в эпоху информатизации. Недостаточное обеспечение защиты личных данных физических и юридических лиц представляет опасность и является нарушением в среде цифровых сетей. Сюда можно отнести: нарушения режима защиты коммерческой тайны, сбор данных о клиентах без их ведома, незаконные способы завладения информацией, позволяющие создавать базы данных пользователей, совершать неправомерные покупки или обмены личными данными потребителей товаров и услуг. Известно, что в этой области нет четкой правовой регламентации. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. №152-ФЗ «О персональных данных»<sup>13</sup> не решил большинства из обозначенных юридических проблем. Законодателем установлен легальный предел (рамки) регулирования, тем не менее он постоянно нарушается. Это про-

<sup>12</sup> «Мягкий товар» – это индивидуально определенный товар, обладающий свойствами информационного продукта и представляемый потребителю в электронной форме по каналам электросвязи (например, обновление программного обеспечения в рамках исполнения договора возмездного оказания услуг или авторского договора). / *И.М. Рассолов*. Информационное право. М.: Юрайт. 2011. С.36.

<sup>13</sup> Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, №31 (1 ч.), ст. 3451.

исходит прежде всего в сфере цифровой экономики благодаря широким возможностям, которые предоставляют злоумышленникам информационные технологии. Сведения, составляющие коммерческую тайну могут циркулировать в сетях международного информационного обмена, быть предметом купли-продажи, использоваться для шантажа, побуждения к заключению кабальных сделок, а также выступать средством недобросовестной конкуренции или ведения торговых войн.

Кроме того, закон устанавливает, что трансграничная передача персональных данных на территории иностранных государств, обеспечивающих адекватную защиту прав субъектов персональных данных, может быть запрещена или ограничена в целях защиты основ конституционного строя РФ, нравственности, здоровья, прав и законных интересов граждан, обеспечения обороны страны и безопасности государства (ст.12 Закона). Как на практике сделать эффективным данный запрет, однозначно ответить сложно.

Интернациональный характер сетей международного информационного обмена и чрезмерная активность субъектов гражданского права в данной сфере требуют сегодня основательного и существенного изменения способов регулирования, причем государственная нормативная регламентация должна подкрепляться разнообразной практикой саморегулирования самих участников Сети. Поэтому у Минэкономразвития России и Национальной ассоциации участников электронной тор-

говли должна появиться новая функция — последовательный мониторинг за качеством цифровой информации, представленной в Сетях техническими устройствами, разработка и введение типовых договоров в сфере электронной торговли, побуждение интернет-сообщества к скорейшему введению кодексов профессиональной этики и т. д.

К тому же в гражданском праве должно быть соблюдено существенное различие между «публичным сообщением» и «частной корреспонденцией», установленное как российским, так и европейским законодательством<sup>14</sup>. Это положение не ставит под сомнение появление «смешанного сервиса», например услуг дистанционной продажи товаров, которые характеризуются одновременно как «публичное сообщение» (реклама и онлайн-каталог) и «частная корреспонденция» (принятие заказа). В этом случае, конечно, закономерным окажется объективное сосуществование двух правовых режимов. Будет тем не менее более точным, если в нашем законодатель-

стве такие понятия как «коммерческая тайна», «информация ограниченного доступа», «персональные данные» или «информация о гражданах», в необходимых случаях заметить категорией «частная информация», существующей во многих правовых системах мира. Было бы также целесообразно с учетом положений Федерального закона «О персональных данных» принять в скором времени закон «О приватности (защите частной информации граждан)».

В данном законе необходимо закрепить четкие критерии, согласно которым выделить определенную информацию, доступ к которой будет невозможен без согласия самого лица ни при каких условиях. Например, это касается информации о здоровье, личной жизни, семейной тайне, так называемой генетической информации. В этом законе можно было бы определить четкие критерии возможного вмешательства в жизнь политиков, общественных деятелей, артистов. На сегодняшний день у нас нет здесь ясности и четкой позиции российского законодателя, а ссылки по этому вопросу на решения Европейского суда по правам человека выглядят не всегда убедительными. Разумеется, проблема разграничения приватной информации и официальных сообщений — это не только проблема частного права. И здесь должны в полной мере использоваться научные и практические наработки, которые уже сделаны в других отраслях права, прежде всего, в административном, информационном и международном праве. Но

<sup>14</sup> См. более подробно об этом: *Daniel J. Solove, Paul M. Schwartz. Information Privacy Law. U.S., Aspen Publishers Inc.; 3rd edition. 2008. 1176 p.; Они же. Privacy, Information, and Technology. U.S., Aspen Publishers Inc.; 2nd edition. 2008. 560 p.; D. Sherborne, M. Thomson, H. Tomlinson. The Law of Personal Privacy. U.S., Hart Publishing. 2012. 176 p.; H.-J. Cremer. Human Rights and the Protection of Privacy in Tort Law: A Comparison Between English and German Law. UK. Routledge-Cavendish. 2011. 268 p.*



для данной отрасли права этот вопрос обретает особое значение. Так как глобальное информационное пространство – это публичная среда. Поэтому нужны действенные правовые механизмы защиты именно приватной информации, частной жизни в Сети. Кроме того, следует найти важное решение между желанием лица оставаться анонимным в этом пространстве и его необходимой идентификацией в случае ведения субъектом предпринимательской деятельности с использованием Интернета или совершения гражданского деликта.

Это также важно в случае сбора доказательств («сетевых» юридических фактов) и совершении действий, связанных с установлением события преступления. По действующему законодательству обязательное сохранение данных и имени пользователя Сети должно быть непреложным правилом всех технических служб.

Например, Правила взаимодействия операторов связи с уполномоченными государственными органами, осуществляющими оперативно-розыскную деятельность<sup>15</sup> устанавливают, что оператор связи обязан своевременно обновлять информацию, содержащуюся в базах данных

<sup>15</sup> См.: Постановление Правительства РФ от 27 августа 2005 г. №538 «Об утверждении Правил взаимодействия операторов связи с уполномоченными государственными органами, осуществляющими оперативно-розыскную деятельность» (в ред. от 19 ноября 2007 г.) // Собрание законодательства РФ, 05.09.2005, №36, ст. 3704.

об абонентах оператора связи и оказанных им услугах связи. Указанная информация должна храниться оператором связи в течение 3 лет и предоставляться органам федеральной службы безопасности, а в случае, указанном в пункте 3 Правил, органам внутренних дел путем осуществления круглосуточного удаленного доступа к данной информации (п. 12 Правил).

Базы данных должны содержать следующую информацию об абонентах оператора связи: фамилия, имя, отчество, место жительства и реквизиты основного документа, удостоверяющего личность, представленные при личном предъявлении абонентом указанного документа, – для абонента-гражданина; наименование (фирменное наименование) юридического лица, его место нахождения, а также список лиц, использующих оконечное оборудование юридического лица, заверенный уполномоченным представителем юридического лица, в котором указаны их фамилии, имена, отчества, места жительства и реквизиты основного документа, удостоверяющего личность, – для абонента – юридического лица; сведения баз данных о расчетах за оказанные услуги связи, в том числе о соединениях, трафике и платежах абонентов (п. 14 Правил).

Подобные жесткие требования связаны с положением ст. 10 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»<sup>16</sup>, где установ-

<sup>16</sup> Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448.

лено, что информация, распространяемая без использования СМИ «должна включать в себя достоверные сведения о ее обладателе или об ином лице, распространяющем информацию, в форме и в объеме, которые достаточны для идентификации такого лица».

Наконец, по этим вопросам необходимо определить общие принципы и подходы, которые могли бы стать в перспективе предметом соответствующих международных соглашений. Целесообразность и своевременность ведения таких переговоров в этой сфере обусловлена тем, что, например, российский законодатель впервые в ст. 11 Федерального закона №24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» от 20 февраля 1995 г.<sup>17</sup> закрепил категорию частной (персональной) информации о гражданах. Федеральный закон «О персональных данных» расширил эту категорию (ст. 3 Закона).

Здесь речь идет об информации о частной жизни лица, а равно об информации, нарушающей личную, семейную тайну, тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений физического лица, собранной без его согласия. Перечень информации о частной жизни человека (а также средства ее передачи), исходя из формулировки закона, не является исчерпывающим и четко определенным, так как в него включаются и «иные

сообщения физического лица». Закон 20 февраля 1995 г. определил, что такие персональные данные относятся к категории конфиденциальной информации, и запретил сбор, хранение, использование и распространение такого рода информации, кроме как на основании судебного решения.

Все это позволяет сделать вывод о том, что сведения, составляющие коммерческую тайну, а также персональные данные пользователей товаров и услуг все же находятся под юридической защитой и в глобальном информационном пространстве, однако новые технологии выдвигают на передний план многочисленные правовые проблемы, которые юридической науке придется решать в ближайшее время.

#### Библиографический список:

1. *Cremer H.-J. Human Rights and the Protection of Privacy in Tort Law: A Comparison Between English and German Law.* UK.Routledge-Cavendish. 2011. 268 p.
2. *Daniel J. Solove, Paul M. Schwartz . Privacy, Information, and Technology.* U.S., Aspen Publishers Inc.; 2nd edition. 2008. 560 p.
3. *Daniel J. Solove, Paul M. Schwartz. Information Privacy Law.* U.S., Aspen Publishers Inc.; 3rd edition. 2008. 1176 p.
4. *Sherborne D., Thomson M., Tomlinson H. The Law of Personal Privacy.* U.S., Hart Publishing. 2012. 176 p.
5. *Добрынин О.В.* Особенности правовой регламентации ноу-хау // Дисс. ...канд. юрид. наук. М., 2003. С. 130.
6. *Дозорцев В.А.* Понятие секрета промсла (ноу-хау) // Вестн. Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 2001. № 7. С. 107-111.

<sup>17</sup> Собрание законодательства РФ, 31.07.1995. № 8. Ст. 609.

7. *Еременко В.И.* Конкурентное право Российской Федерации. М., 2001. С. 157.
8. *Зельцер М.С.* Гражданско-правовой режим информации // Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. М., 2004. С. 21.
9. *Козырев А.И.* Оценка интеллектуальной собственности. М. 1997. С. 21.
10. *Расолов И.М.* Информационное право. М.: Юрайт. 2011. С.36.
11. *Расолов И.М.* Управление в сфере предпринимательства. М.: Изд-во Икар, 1998. 231 с.
12. *Северин Р.В.* Механизм защиты прав на коммерческую тайну / Дисс...канд. юрид. наук. М., 2011. С. 22-29.
13. *Шерстобитов А.Е.* Глава 75. Право на секрет производства («ноу-хау») // Научно-практический комментарий к части IV Гражданского кодекса Российской Федерации (под общей ред. проф. Е.А. Суханова). Труды Юридического факультета: В 50 т. Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, юрид. ф-т, кн. 9. М.: Правоведение, 2008. С. 446.