Секция «Коммерческое право»

Отдельные аспекты правового режима информации ограниченного доступа в предпринимательской деятельности

Научный руководитель – Бекирова Эльвина Эскендеровна

Лузик Анастасия Андреевна
Студент (магистр)
Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Россия
E-mail: rainbow.after.rain09@gmail.com

Информация, как определенная система сведений, сегодня стала одним из ценнейших объектов коммерческого оборота. Специфика данного объекта проявляется в том, что коммерческая ценность информации существует при условии сохранения ее конфиденциальности. В предпринимательской деятельности важную роль имеют такие аспекты информации: информация как ресурс (нематериальный актив), «информационные тайны», а так же информационные продукты, работы, услуги.

Нематериальный актив, согласно Приказа Минфина России от 27.12.2007 №153н, должен обладать следующими свойствами: действительной или потенциальной экономической полезностью, конфиденциальностью (ограниченной доступностью для третьих лиц), обособляемостью от других активов, продолжительностью использования, неовеществленной формой выражения, возможностью стоимостной оценки. К числу нематериальных активов относятся программы для ЭВМ, ноу-хау, деловая репутация.

Если первые два объекта получили законодательно зафиксированный механизм правового регулирования, то общественные отношения, связанные с деловой репутацией, урегулированы лишь фрагментарно, что находит подтверждение в неоднородной судебной практике. В общем виде вопросы репутации юридического лица законодательно охватываются статьей 152 Гражданского Кодекса РФ (далее ГК РФ), которая устанавливает, что защита деловой репутации юридического лица осуществляется по аналогии с физическим лицом [1].

При сопоставлении решений судов по делу № А40-102076/14 (далее Дело №1) и по делу №А56-58502/2015 (далее Дело №2), можно отметить расхождение судебных позиций. Рассматривая Дело №1, суд удовлетворил требования о взыскании репутационного вреда в связи с тем, что автор опубликованной публицистической статьи, которая стала поводом к судебному разбирательству, не имел доказательств описываемых событий, ввел читателей в заблуждение по поводу финансового состояния истцов, тем самым распространял сведения порочащего характера, умалил деловую репутацию предпринимателей. При этом ввиду недоказанности вероятных убытков, которые были причинены умалением деловой репутации, суд уменьшил размер компенсации [2].

Дело №2 было разрешено противоположным образом. Суд, признав доказанным факт распространения ложных сведений, порочащих деловую репутацию, отказал во взыскании вреда, причиненного репутации юридического лица. Решение было мотивировано недоказанностью существования сформированной репутации в определенной сфере деловых отношений, наступления неблагоприятных последствий (в виде снижения спроса потребителей) и утраты или снижения доверия контрагентов к его репутации. Суд сделал вывод о недостаточности фактов, для установления размера справедливой компенсации[3].

Принимая указанные решения, суды руководствовались положениями Гражданского кодекса, а так же выводами Конституционного и Верховного судов (Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 №3, Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 04.12.2003 №508-О).

В приведенных случаях причинен репутационный вред юридическому лицу вследствие опубликования недостоверной информации, не доказаны факты несения убытков и существования сформированной репутации. Однако в первом случае суд «недоказанность фактов» посчитал основанием для уменьшения размера компенсации, а во втором - основанием для отказа в возмещении репутационного вреда.

Такую ситуацию можно объяснить тем, что при отсутствии формальной определенности, то есть зафиксированных в законе норм, в регулировании вопросов репутационного вреда, судебная практика пошла по пути интуитивного регулирования и разрешения споров. Судебные решения стали подменять букву закона, в виду её отсутствия. Такое положение будет до того момента, пока понятие репутации и репутационного вреда не получат детальной законодательной регламентации.

Информация, обладающая режимом конфиденциальности, то есть ограниченной известности, широко используется в предпринимательской деятельности: коммерческая тайна (информация о финансовом состоянии хозяйствующего субъекта), информация, входящая в сферу действия режима государственной тайны, банковская и страховая тайны, инсайдерская информация. Соблюдение режима тайны является неотъемлемым условием соблюдения прав предпринимателей, и одновременно гарантией получения прибыли.

Обеспечение конфиденциальности информации является важным условием устойчивой конкурентоспособности предприятия. В тоже время, можно заметить определенные формальности, которые стали препятствием для реализации, например, режима коммерческой тайны. Так в ФЗ «О коммерческой тайне» не закреплен формальный перечень информации, составляющей коммерческую тайну - полномочия по определению такого перечня возложены на предпринимателя. Режим коммерческой тайны считается установленным после осуществления системы мер, поименованных в пункте 1 статьи 10 ФЗ «О коммерческой тайне» [4]. Данные меры носят организационный характер и их проведение является обязанностью субъекта для установления режима тайны. Также законом предусмотрены меры технического характера, которые являются факультативными - их использование является правом предпринимателя, и перечислены меры разумно достаточные, статус которых ничем не определен.

На практике распространена следующая проблема. При возникновении спора в связи разглашением коммерческой тайны, суды приходят к выводу о невозможности применения неблагоприятных последствий, связанных с разглашением тайны, поскольку не соблюдены все формальные требования, установленные пунктом 1 статьи 10 ФЗ «О коммерческой тайне». Таким образом, наличие Положения о сохранении коммерческой тайны, не позволяющего определить, какая конкретно информация является коммерческой тайной, или заключение договора, содержащего условие о том, что сведения, вытекающие из его содержания, являются коммерческой тайной и не подлежат разглашению третьим лицам, не являются гарантом возникновения режима коммерческой тайны [5,6].

Вопрос о регулировании информации как информационного продукта, работы и услуги так же остается открытым. Даже на теоретической уровне данные категории не нашли своего развития, в практической же плоскости использования существует фрагментарное регламентирование (ст.771 ГК РФ), а так же применение общих норм или аналогии (институты оказания услуг или интеллектуальной деятельности).

Источники и литература

1) Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/.

2) Постановления Арбитражного суда Московского округа от 21.04.2015 г. по делу № А40-102076/14.

3) Определение Верховного суда от 18.11.2016 г. по делу №А56-58502/2015.
4) Федеральный закон от 29.07.2004 №98-ФЗ «О коммерческой тайне» [Электронный ресурс] //URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/.
5) Определение ВАС от 23.08.2012 г. по делу №ВАС-10500/12.
6) Апелляционное определение от 23.08.2017 по делу № №33-3117/2017.