

Мансурова Зиля Ниязовна

магистрант

УВО «Университет управления «ТИСБИ»

г. Казань, Республика Татарстан

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ И КОНФИДЕНЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация: в статье рассматривается правовой режим коммерческой тайны и конфиденциальной информации в российском праве. Экономическая деятельность все сильнее зависит от оборота данных, внутренних регламентов, клиентских баз, технологических решений и иной информации, утрата которой способна причинить не только имущественный, но и репутационный вред. Особое значение приобретает разграничение понятий коммерческой тайны, конфиденциальной информации и секрета производства, поскольку на практике именно смешение этих категорий нередко приводит к ошибкам в договорной работе, кадровых документах и судебной защите. Автором показано, что коммерческая тайна выступает не просто видом сведений, а специальным правовым режимом, который возникает лишь при соблюдении установленных законом мер охраны.

Ключевые слова: коммерческая тайна, конфиденциальность, информация, ноу-хау, правовой режим, защита.

В условиях цифровой экономики информация перестала быть лишь вспомогательным ресурсом бизнеса. Во многих сферах именно она формирует конкурентное преимущество. Речь идет о технологиях, методиках работы, клиентских данных, условиях сделок, моделях ценообразования, производственных решениях. Российское законодательство исходит из того, что часть таких сведений подлежит охране через режим коммерческой тайны, а более широкая группа ограниченных в доступе сведений охватывается категорией конфиденциальной информации. Федеральный закон от 29.07.2004 №98-ФЗ «О коммерческой тайне»

прямо определяет коммерческую тайну как режим конфиденциальности информации, который позволяет обладателю сохранять рыночные позиции, избегать неоправданных расходов и получать коммерческую выгоду [5].

Одновременно Федеральный закон от 27 июля 2006 года №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» закрепляет возможность ограничения доступа к сведениям и требует обеспечивать их защиту в случаях, установленных законом [6].

Юридически важен один принцип. Коммерческая тайна не существует сама по себе только потому, что информация кажется ценной. Правовой режим возникает при наличии совокупности условий. Обладатель должен определить перечень сведений, ограничить к ним доступ, установить порядок обращения с такими материалами, организовать учет лиц, получивших доступ, а также урегулировать отношения с работниками и контрагентами. Именно такой подход закреплен в статье 10 Федерального закона №98-ФЗ. Отсюда вытекает практический вывод. Если организация или иной обладатель информации не оформил внутренний режим, не маркировал документы и не распределил доступ, ссылка на коммерческую тайну в споре часто оказывается слабой.

При этом коммерческая тайна и конфиденциальная информация не совпадают полностью. Конфиденциальная информация представляет собой более широкую категорию. К ней могут относиться персональные данные, служебные сведения, профессиональные тайны, банковская и налоговая тайна, а также иные данные с ограниченным доступом. Коммерческая тайна занимает внутри этой системы особое место, поскольку направлена прежде всего на охрану экономически значимых сведений, обладающих действительной или потенциальной коммерческой ценностью. В работе Р.А. Набиева отмечается, что смешение этих понятий приводит к размыванию правового режима. Когда любой внутренний документ необоснованно объявляется коммерческой тайной, снижается убедительность самой конструкции и усложняется защита действительно чувствительных сведений [3].

Отдельного внимания заслуживает соотношение коммерческой тайны и секрета производства. В статье 1465 ГК РФ секрет производства, или ноу хау, раскрывается как сведения любого характера о результатах интеллектуальной деятельности и способах профессиональной деятельности, которые имеют коммерческую ценность вследствие неизвестности третьим лицам, не являются общедоступными и охраняются посредством разумных мер конфиденциальности, включая введение режима коммерческой тайны. Получается, что ноу хау не тождественно коммерческой тайне, но в значительной части опирается на нее как на механизм охраны. Ноу хау связано с исключительным правом и интеллектуальным компонентом, а коммерческая тайна описывает прежде всего режим ограничения доступа [2].

Такое разграничение особенно важно в договорной практике, где стороны нередко обещают передать ноу хау, но фактически не индивидуализируют охраняемые сведения и не подтверждают их секретность. В определении от 6 мая 2025 г, по делу №306-ЭС25-461 Верховный Суд обратил внимание именно на необходимость проверять, соответствует ли переданная информация критериям секрета производства и действительно ли соблюдался режим конфиденциальности [7].

Не всякая информация может быть закрыта под предлогом коммерческой тайны. Закон прямо устанавливает перечень сведений, которые не допускается относить к коммерческой тайне. К ним относятся, например, данные из учредительных документов, сведения о загрязнении окружающей среды, о численности и составе работников, задолженности по заработной плате и другие социально значимые категории. Эта норма выполняет важную балансирующую функцию. Она показывает, что частный интерес в сохранении выгодной информации не должен подавлять публичный интерес, права работников и потребителей, а также требования прозрачности в предусмотренных законом случаях.

Особенно уязвимой областью остается трудовая сфера. Закон допускает доступ работника к сведениям, составляющим коммерческую тайну, при наличии его согласия, если иное не вытекает из трудовых обязанностей, и возлагает на

работника обязанность соблюдать установленный работодателем режим. Однако на практике конфликты возникают не только из-за умышленного разглашения, но и из-за некачественного оформления локальных актов, расплывчатого перечня защищаемых сведений и отсутствия доказательств того, что конкретный работник был реально ознакомлен с правилами обращения с ними. Поэтому правовая защита коммерческой тайны начинается не в суде, а на стадии управленческой и кадровой организации. Когда режим оформлен фрагментарно, доказать сам факт нарушения значительно сложнее [8].

Современный этап развития института коммерческой тайны связан с цифровизацией. Электронный документооборот, облачные сервисы, удаленная занятость и передача данных через внешние платформы создают новую конфигурацию рисков. В этих условиях прежняя логика охраны, основанная только на бумажных грифах и общих обязательствах о неразглашении, уже не обеспечивает достаточной защиты. Новейшие публикации подчеркивают, что ценность режима сегодня определяется техническими и организационными мерами в совокупности. Нужны разграничение цифровых прав доступа, журналирование действий пользователей, сегментация информационных массивов, обновление NDA и внутренних положений с учетом электронной среды [1, с. 356].

Показательно и то, что ответственность за нарушение режима носит комплексный характер. В зависимости от обстоятельств возможны гражданско-правовые требования о возмещении убытков, трудовые последствия для работника, а в наиболее серьезных случаях и уголовная ответственность по статье 183 УК РФ за незаконное получение и разглашение сведений, составляющих коммерческую тайну [4, с. 98]. Наличие нескольких механизмов воздействия делает институт гибким, но одновременно повышает требования к доказыванию. Необходимо подтвердить не только сам факт доступа или разглашения, но и правомерность отнесения сведений к охраняемой категории, наличие коммерческой ценности, соблюдение режима и причинно-следственную связь между нарушением и негативными последствиями.

Таким образом, правовой режим коммерческой тайны не сводится к простому запрету на разглашение. Он представляет собой юридически оформленную систему защиты экономически значимой информации, которая начинает действовать только при наличии конкретных мер охраны. Конфиденциальная информация образует более широкую категорию, внутри которой коммерческая тайна занимает специальное место. Наиболее устойчивой выглядит позиция, согласно которой современная защита таких сведений требует одновременно нормативного оформления, договорной дисциплины и цифровых механизмов контроля доступа. При отсутствии этой связки коммерческая ценность информации сама по себе не гарантирует ее полноценной правовой охраны.

Список литературы

1. Гвоздева Ю.В. Основные проблемы защиты ноу-хау в организации / Ю.В. Гвоздева // Молодой ученый. – 2025. – №22 (573). – С. 355–358. EDN XISLFS
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая от 18.12.2006 №230-ФЗ, в ред. от 22.07.2024 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – №52 (ч. I). – Ст. 5496.
3. Набиев Р.А. Государственная, коммерческая тайна и конфиденциальная информация, понятия и правовое регулирование в Российской Федерации и зарубежных странах / Р.А. Набиев // Вестник науки. – 2024. – Т. 3. №10 (79). – С. 406–415. EDN MOXDХВ
4. Нестеренко Е.А. Защита коммерческой тайны в условиях цифровизации, проблемы правового регулирования и перспективы развития / Е.А. Нестеренко // Экономика и право. XXI век. – 2026. – №1. – С. 97–100. DOI 10.24412/2076-2828-2026-1-97-100. EDN NJQXER
5. О коммерческой тайне. Федеральный закон от 29.07.2004 №98-ФЗ, в ред. от 08.08.2024 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2004. – №32. – Ст. 3283.

6. Об информации, информационных технологиях и о защите информации. Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ, в ред. от 29.12.2025 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – №31 (ч. I). – Ст. 3448.

7. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 6 мая 2025 г. по делу №306-ЭС25-461 // Верховный суд РФ. – URL: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf_ec/2459766 (дата обращения: 30.04.2026).

8. Решение Волжского районного суда г. Саратова от 13 февраля 2025 г. по делу №2-157/2025 // Судебные и нормативные акты РФ. – URL: <https://sudact.ru/regular/doc/razSR05ZIMoa/> (дата обращения: 30.04.2026).