

**ԱՌՆՏՐԱՅԻՆ ԳԱՂՏՆԻՔԻ՝ ՈՐՊԵՍ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ  
ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԱՏԵՍԱԿԻ ԻՐԱՎԱԿԱՆ  
ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ**

Մրցակցությունը ժամանակակից շուկայական տնտեսության հիմքն է: Ապրանքները վաճառելու անհրաժեշտությունը ստիպում է արտադրողին հաշվի առնել մրցակցության կանոնները: Մրցակցող կազմակերպությունները ձգտում են ստեղծել ապրանքների արտադրման և իրացման ավելի շահավետ պայմաններ: Ինչպես գրում է Գ.Ֆ.Շերշենևիչը «Յուրաքանչյուր առևտրային կազմակերպություն ձգտում է գրավել հնարավորինս շատ սպառողների: Առևտրային ընկերությունների միջև դաժան պայքար է սկսվում, որի արդյունքում նրանցից յուրաքանչյուրը սեփական գոյությունն ապահովելու նպատակով ձգտում է լավ բավարարել հասարակության պահանջները<sup>2</sup>:» Արտադրողներն իրենց ապրանքների իրացումը խթանելու նպատակով կատարելագործում են իրենց ապրանքները, և շատ տեղեկություններ նրանց համար ձեռք են բերում առևտրային արժեք ու գաղտնի են պահվում երրորդ անձանցից:

Հայտնի է, օրինակ, որ միջնադարյան ժամանակաշրջանում մրցակցում էին նաև պետությունները, քանի որ տարիներ շարունակ միայն առանձին պետություններ էին տիրապետում վառողի, մետաքսի, ձենապակու, երկաթի արտադրության գաղտնիքներին: Վինստոն Չերչիլի «Ով տիրում է տեղեկությանը, նա տիրում է աշխարհին» արտահայտությունը շատ ճշգրիտ կերպով արտահայտում է առևտրային գաղտնիքի պաշտպանության և օգտագործման հայեցակարգերը: Եթե կազմակերպությունը ժամանակին ձեռնարկում է բոլոր անհրաժեշտ միջոցները պաշտպանելու տեղեկությունները, որոնց օգտագործման արդյունքում իր արտադրանքը դառնում է մրցունակ, ապա նա կարող է ստանալ կայուն շա-

<sup>1</sup> ԵՊՀ քաղաքացիական իրավունքի ամբիոնի հայցորդ, գիտ. դեկավար՝ իրավ. գիտ. թեկնածու, դոցենտ Գ.Հ. Բեքմեգյան:

<sup>2</sup> Տե՛ս Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права. СПб., էջ 109:

հույժ և դիմակայել մրցակցային պայքարի պայմաններում: Իսկ կազմակերպությունը, որը անտեսում և թերագնահատում է առևտրային գաղտնիքի օգտագործման առավելությունները, շատ մեծ ռիսկի է դիմում: Որպես օրինակ կարող ենք նշել այնպիսի հզոր կազմակերպությունների, որոնք են «Ջեներալ Մոթորսը», «Ֆորդը», «Կոկա-Կոլան», որոնք ժամանակին հասկացել են արտադրական գաղտնիքների պահպանության կարևորությունը և մինչև այսօր իրենց ոլորտի առաջատարներից են:

Տարբեր ժամանակաշրջաններում պետություններում ստեղծվել են հատուկ օրենքներ, որոնք գաղտնիքների հնարավոր արտահոսքից պաշտպանում էին արտադրողների, սեփականատերերի և պետությունների շահերը: Օրինակ, դեռևս Հին Հռոմում օրենք էր ընդունվել, որով պատժառեցված վնասի կրկնապատիկի չափով տուգանք էր սահմանվում այն անձի համար, ով ուրիշի ստրուկներին ստիպում էր պատմել իր տիրոջ գաղտնիքները<sup>1</sup>: Հին աշխարհում կային առևտրային գրքեր, որոնց բովանդակությունը առևտրային գաղտնիք էր համարվում<sup>2</sup>: Արտադրողները, առևտրականները և բանկիրները պետք է վարեին իրենց գործունեության և ֆինանսական վիճակի մասին գրքեր: Միայն այդ դեպքում էր իրավական պաշտպանություն տրվում դրանցում գրված առևտրային գաղտնիքին: Առևտրային գրքի տվյալները կարող էին հաղորդվել միայն արդարադատության նպատակով, գույքի ժառանգման գործերով, կազմակերպության լուծարման կամ սնանկության դեպքերում:

ԽՍՀՄ անդամ երկրներում առևտրային գաղտնիքի նկատմամբ վերաբերմունքը երկար ժամանակ բացասական էր, և այն համարվում էր կապիտալիստական կազմակերպությունների համար հարկային մարմիններից մաքուր շահույթը թաքցնելու և այլ խախտումների միջոց<sup>3</sup>:

Առևտրային գաղտնիքն իրավական բնույթով այնպիսին է, որ

---

<sup>1</sup> Տե՛ս Розенберг В. Промысловая тайна. СПб., 1910, էջ 68:

<sup>2</sup> Տե՛ս նույն տեղում:

<sup>3</sup> Տե՛ս Алексеев С.В. Маркетинговое право России. Учебник для вузов.- М.: Норма, 2004, էջ 513:

կարող է գոյություն ունենալ շուկայական տնտեսության պայմաններում<sup>1</sup>, իսկ կոմունիստական գաղափարախոսության և պետական սեփականության գերակայության պայմաններում օրենքով կարգավորվում էր միայն պետական գաղտնիքի հետ կապված հարաբերությունները, ինչն էլ, իհարկե, իր բացասական հետևանքները երկար սպասեցնել չտվեց:

1985թ. սկսած, երբ ԽՍՀՄ-ն փորձում էր բարելավել կապերը արևմուտքի երկրների հետ, օտարերկրյա ներդրմամբ առաջին համատեղ կազմակերպությունները ստեղծել, արդեն երևան եկան օրենսդրական բացերը այս ոլորտում: ԽՍՀՄ-ում սկսվեցին առևտրային գաղտնիքի ինստիտուտի իրավական կարգավորման ուղղությամբ հետևողական աշխատանքներ: Առաջին անգամ առևտրային գաղտնիքի և այն պաշտպանելու իրավունքի մասին սահմանվում է «ԽՍՀՄ-ում կազմակերպությունների մասին» ԽՍՀՄ օրենքի 33-րդ հոդվածում: Անհրաժեշտ են համարում շեշտել, որ նշված հոդվածով սահմանվում էր ինչպես առևտրային գաղտնիքի հասկացությունը, այնպես էլ այն տեղեկությունների ցանկը, որոնք չեն կարող առևտրային գաղտնիք լինել՝ հատկապես առանձնացնելով շրջակա միջավայրը աղտոտելու, ինչպես նաև հասարակության շահերի դեմ ուղղված այլ բացասական գործողությունները: 1991թ. մայիսին ԽՍՀՄ անդամ երկրներում ընդունվեցին Քաղաքացիական օրենսգրքի հիմքերը, որի 151-րդ հոդվածը սահմանում է «նոու-հաուի», այսինքն՝ արտադրության գաղտնիքների իրավական պաշտպանության կարգը:

ՀՀ-ում առևտրային գաղտնիքը պատկանում է իրավագիտության կողմից ամենաքիչ ուսումնասիրված կատեգորիաների շարքին: Բավականին քիչ է նաև մարքեթինգային գործունեության մեջ առևտրային գաղտնիքի պաշտպանության կանոնների կիրառման պրակտիկ փորձը: Ներկայումս ՀՀ օրենսդրությամբ ամրագրված է առևտրային գաղտնիքի պաշտպանության ինստիտուտը: Սակայն այսօր ավելի քան արդիական է հասարակական հարաբերություն-

---

<sup>1</sup> St' u Severin B.A. Услуги информационного характера, обеспечивающие коммерческую деятельность // Законодательство. 2000. N 1, էջ 37-38:

ների տվյալ ոլորտը կարգավորող գործող օրենսդրությունը կատարելագործելու և լրացնելու հարցը:

Մինչ առևտրային գաղտնիքի հասկացությանը անդրադառնալը, անհրաժեշտ է հասկանալ՝ ինչ է տեղեկությունը: Տեղեկությունը՝ անձի, առարկայի, փաստի, հանգամանքի, իրադարձության, եղելության, երևույթի վերաբերյալ օրենսդրությամբ սահմանված կարգով ստացված և ձևավորված տվյալ է՝ անկախ դրանց տնօրինման ձևից կամ նյութական կրիչից (տեքստային, էլեկտրոնային փաստաթղթեր, ձայնագրություններ, տեսագրություններ, լուսաժապավեններ, գծագրեր, սխեմաներ, նոտաներ, քարտեզներ)<sup>1</sup>:

Առևտրային գաղտնիքը գաղտնի տեղեկություն է, որը թույլ է տալիս տիրապետողին մեծացնել շահույթը, խուսափել չարդարացված ծախսերից, առաջատար դիրք գրավել շուկայում կամ ստանալ առևտրային օգուտ: Առևտրային գաղտնիք կարող են լինել արտադրական, տեխնիկական, տնտեսական, կազմակերպչական տեղեկությունները, այդ թվում նաև մտավոր գործունեության արդյունքների մասին տեղեկությունները: Օրինակ, արտադրության և իրացման ոլորտում կիրառվող գործընթացները, նոու-հաուս, որը անգլերենից թարգմանաբար նշանակում է «իմանալ՝ ինչպես» («իմանալ՝ ինչպես անել» բառակապակցության կրճատ ձևն է), կառավարչական, ֆինանսական, մարքեթինգային գործունեության մասին տեղեկությունները (ապրանքների արտադրության և իրացման պլանները, մարքեթինգային հետազոտությունների արդյունքները, զովազդային գործունեությունը, PR-միջոցառումները, ապրանքաշրջանառության նոր մեթոդները, իրացման մարքեթինգային համակարգի կազմակերպումը) միջնորդների, հաճախորդների տվյալների բազաները, նորարարությունները:

Այսպիսով, արտադրության ոլորտում առևտրային գաղտնիքը դրսևորվում է տեխնիկական և տեխնոլոգիական գաղտնիքներով (արտադրական գաղտնիքներ), իսկ պլանավորման և պատրաստի արտադրանքի իրացման ոլորտում՝ գործնական գաղտնիքներով (առևտրային գաղտնիքներ):

---

<sup>1</sup> Տե՛ս «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ Օրենքը ՀՕ-11-Ն՝ ընդունված 23.09.2003թ.:

Առևտրային գաղտնիքի իրավական կարգավորման հայրենական օրենսդրական համակարգը ներառում է բազմաթիվ իրավական ակտեր, մասնավորապես՝ ՀՀ Սահմանադրությունը (հոդված 83.5), ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգիրքը (հոդվածներ 141, 320, 727, 969, 1000, 1100, 1101, 1164, 1165, 1166), «Տեղեկատվության ազատության մասին» ՀՀ օրենքը, ՀՀ Աշխատանքային օրենսգիրքը (հոդվածներ 43, 122), ՀՀ Մաքսային օրենսգիրքը (հոդված 73), «Բանկային գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենքը (հոդված 4) և այլն: Այնուամենայնիվ, չկա առևտրային գաղտնիքի միասնական և ամբողջական կարգավորում, ուստի առաջարկում ենք ընդունել առևտրային գաղտնիքի ինստիտուտը կարգավորող առանձին օրենք, այն է՝ «Առևտրային գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենք: Առանձին օրենքի ընդունումը պետության կողմից ֆինանսական միջոցների ծախս չի պահանջում, քանի որ առևտրային արժեք ունեցող տեղեկությունների պաշտպանության աշխատանքների ֆինանսավորումը դրվում է անմիջապես տիրապետողի վրա:

ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի 141-րդ հոդվածը առևտրային գաղտնիքը սահմանում է որպես տեղեկատվություն, որը երրորդ անձանց անհայտ լինելու ուժով ունի իրական կամ հնարավոր առևտրային արժեք, չկա օրինական հիմքով այն ազատորեն ստանալու հնարավորություն, և տեղեկատվություն ունեցողը միջոցներ է ձեռնարկում դրա գաղտնիության պահպանման համար: Նման կերպ է առևտրային գաղտնիքը սահմանվում շատ երկրների օրենսդրություններով: Փաստորեն այդպիսի տեղեկատվության ընդհանուր հատկանիշը դրա առևտրային արժեքն է:

Անհրաժեշտ է նաև նշել, որ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքով սահմանված առևտրային գաղտնիքի հասկացությունն ամբողջովին համապատասխանում է առևտրային գաղտնիքի մասին միջազգային իրավունքի նորմերին, մասնավորապես Մտավոր սեփականության իրավունքների՝ առևտրին առնչվող հայեցակետերի մասին Համաձայնագիրը (TRIPS), որն ընդունվել է 1995թ. Միջազգային առևտրային կազմակերպության կողմից, և որին 2003թ. միացել է նաև ՀՀ-ը: Համաձայնագիրը սահմանում է այն չափորոշիչները, որոնք պետք է հիմք ընդունվեն տեղեկությունը առևտրա-

յին գաղտնիքի շարքը դասելու համար: Այս մասով ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի և TRIPS-ի նորմերը համընկնում են:

Իրենց առևտրային գործունեության հետ կապված՝ ցանկացած տեղեկատվություն առևտրային գաղտնիքի շարքը դասելու կազմակերպությունների հնարավորությունը ընդհանուր առմամբ սահմանափակված չէ: Սակայն իրավական ակտերի վերլուծությունից կարող ենք եզրակացնել, որ ներքոնշյալ տեղեկությունները չեն կարող առևտրային գաղտնիք լինել՝

1. հիմանդիր փաստաթղթերը

2. գործարարական գործունեությամբ զբաղվելու իրավունք սովող փաստաթղթերը (գրանցման վկայականները, լիցենզիաները, պատենտները՝ արտոնագրերը)

3. աշխատողի թվաքանակի, աշխատանքի պայմանների, թափուր աշխատատեղերի մասին

4. հարկերը և պարտադիր այլ վճարները կատարելու մասին փաստաթղթերը

5. շրջակա միջավայրը աղտոտելու մասին տվյալները և այլն:

Կարծում եմ, որ նման տեղեկությունների շարքը դեռևս կարող ենք շարունակել: Սակայն անհրաժեշտ է, որ նման տեղեկությունների սպառիչ ցանկը սահմանվի «Առևտրային գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենքով, որի մշակումը և ընդունումը խիստ անհրաժեշտ է:

Սովորաբար կազմակերպությունները առևտրային գաղտնիքի ռեժիմը սահմանում են ներքին իրավական ակտերով, որում նշում են առևտրային գաղտնիք կազմող տեղեկությունների ցանկը, այդպիսի տեղեկությունների հետ ծանոթացման կարգը, անձնաց շրջանակը, որոնք այդպիսի տեղեկատվությանը մուտք ունեն, հրապարակման համար պատասխանատվությունը: Այսպիսով, յուրաքանչյուր կազմակերպության առևտրային գաղտնիքը կազմող տեղեկությունների ցանկը տարբեր է լինում: Մինևույն ժամանակ, որոշ դեպքերում օրենքով կամ ենթաօրենսդրական ակտերով է տեղեկությունը ճանաչվում առևտրային գաղտնիք: Որպես օրինակ կարող ենք նշել «Հաշվապահական հաշվառման մասին» ՀՀ Օրենքի 18-րդ հոդվածը<sup>1</sup>: Կազմակերպությունների ներքին իրավական ակ-

<sup>1</sup> Տե՛ս «Հաշվապահական հաշվառման մասին» ՀՀ Օրենք ՀՕ-515-Ն, ընդունված 26.12.2002թ.:

տերի հետ միասին նաև օրենսդրությամբ են սահմանվում առևտրային գաղտնիքի իրավական պաշտպանությունը: Օրինակ, մասնավորապես «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ Օրենքի հոդված 16<sup>1</sup>: Օրենսդրությամբ սահմանվում է նաև առևտրային գաղտնիք կազմող տեղեկությունների հրապարակման համար պատասխանատվությունը: Այսպես՝ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ Օրենքի հոդված 33-ի 1-ին մասով սահմանվում է հանձնաժողովի պարտավորությունները առևտրային, բանկային և ծառայողական գաղտնիքի պահպանման գործում, ինչպես նաև ամրագրում է, որ սույն կետի խախտման դեպքում տնտեսվարող սուբյեկտին հասցված վնասը փոխհատուցվում է հանրապետական բյուջեի միջոցների հաշվին՝ օրենսդրությամբ սահմանված կարգով: Արդարության համար պետք է նշել, որ առևտրային գաղտնիքի իրավական կարգավորման հետ կապված խնդիրներ կան ոչ միայն Հայաստանում, այլ նաև այլ երկրներում՝ Ռուսաստանում, Մեծ Բրիտանիայում, Ֆրանսիայում, Չեռնանիայում, ԱՄՆ-ում, Ավստրալիայում և այլն<sup>2</sup>:

Արևմտյան երկրների օրենսդրությամբ առևտրային գաղտնիքի հասկացությունը ավելի լայն է սահմանված: Օրինակ, անգլիական օրենքներում առևտրային գաղտնիք է համարվում տեղեկատվությունը, որի հրապարակումը կարող է վնասել ընկերության շահերին: «Ընկերության շահերին» արտահայտությունն ավելի ընդլայնում է առևտրային գաղտնիքի ռեժիմի խախտման համար պատասխանատվության շրջանակը, քանի որ կազմակերպության առևտրային տեղեկությունների արժեքը չի գնահատվում միայն դրամական չափորոշիչով: Չեռնանիայի օրենսդրությամբ առևտրային գաղտնիք է համարվում կազմակերպության գործունեության հետ կապված ցանկացած տեղեկություն, որ, նրա սեփականատիրոջ կարծիքով, պետք է գաղտնի պահվի: Ավելի որոշակի է այդ հարցը լուծվում Ֆինլանդիայում: Այնտեղ գաղտնիք են համարվում տեղեկությունները, որոնք մրցակից ընկերության կողմից ստանալու դեպքում

---

<sup>1</sup> Տե՛ս «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ Օրենք ՀՕ-112, ընդունված 06.11.2000թ.:

<sup>2</sup> Տե՛ս Законодательство и практика СМИ в Европе, Америке и Австралии. АРтиклъ XIX. М., 1996, էջ 15.

կնպաստեն վերջինիս հաջողությանը կամ կարող են վնասել կազմակերպությանը:

Առևտրային գաղտնիքի հասկացությունը շատ լավ է սահմանված «Առևտրային գաղտնիքի մասին» 1979թ. ամերիկյան օրենքում, որի համաձայն՝ առևտրային գաղտնիք է համարվում տեղեկությունները (ներառյալ՝ բաղադրություն, կոմբինացիա, ծրագիր, մեթոդ, տեխնիկա կամ պրոցես), որը ունի տնտեսական արժեք, քանի որ հասանելի չէ անձանց, որոնք կարող են այն օգտագործել առևտրային նպատակներով, և պաշտպանության խելամիտ փորձերի օբյեկտ է<sup>1</sup>:

Եթե համեմատենք այս թեմայի հետ կապված հայաստանյան օրենսդրությունն արևմտյան օրենքների համակարգի հետ, ապա ակնհայտ է, որ ՀՀ-ում առևտրային գաղտնիքի մասին նորմատիվ ակտերը շատ ցրված են: Այդ պատճառով անհրաժեշտ է միավորել և լրացնել բոլոր արդեն գործող նորմերը միասնական օրենքում: Այդ դեպքում ոչ միայն փորձառու իրավաբանները, այլ նաև շարքային գործարարները, լրագրողները, պետական հիմնարկների, կազմակերպությունների աշխատողները, այդ թվում մարքեթիոլոգները, որոնց գործունեությունը կապված է այդպիսի գաղտնի տեղեկությունների հետ, կկարողանան գործել՝ պահպանելով ՀՀ օրենսդրությունը:

Գործող օրենսդրությամբ միայն դրվագներով հիշատակվում է առևտրային գաղտնիքը, չեն կարգավորվում դրա հետ կապված բոլոր հարցերը:

«Առևտրային գաղտնիքի մասին» ՌԴ օրենքը, որը ընդունվել և ուժի մեջ է մտել 2004թ.-ին, շատ մանրամասն սահմանում է առևտրային գաղտնիքի հասկացությունը. «Առևտրային գաղտնիքը գաղտնի տեղեկություն է, որը երրորդ անձանց անհայտ լինելու ուժով ունի իրական կամ հնարավոր առևտրային արժեք, որին օրինական ճանապարհով ազատ մուտք չկա, և որի նկատմամբ այդպիսի տեղեկության իրավատերն առևտրային գաղտնիքի ռեժիմ է սահմանել (այսինքն՝ դրանց գաղտնիության պաշտպանության մի-

---

<sup>1</sup> St' u Шиверский А.А. Защита информации: проблемы теории и практики. М.: Юрист, 1996, էջ 21:



ջոցներ են ձեռնարկվել): Իսկ «Նոու-հաուս» սահմանված է որպես առևտրային գաղտնիքի ռեժիմով պաշտպանվող մտավոր գործունեության արդյունքներ, այդ թվում՝

- չիրապարակված գիտատեխնիկական արդյունքները, տեխնոլոգիական լուծումները, մեթոդները, տեխնոլոգիական սարքավորումների օգտագործման եղանակները , որոնք ապահովված չեն արտոնագրային պաշտպանությամբ այդպիսի տեղեկությունը օրինական հիմքով տիրապետողի հայեցողությամբ

- արտադրանքի և ծառայության իրացման ոլորտում փորձը և գիտելիքները, շուկայի կառուցվածքի մասին տվյալները, մարքեթինգային հետազոտությունների արդյունքները

- առևտրային, մեթոդական կամ կազմակերպչակառավարչական լուծումները:»:

«Առևտրային գաղտնիքի մասին» ՀՀ օրենքը մշակելիս պետք է հաշվի առնվեն շուկայական տնտեսություն ունեցող զարգացած երկրներում, ինչպիսիք են Ռուսաստանը, Մեծ Բրիտանիան, Գերմանիան, ԱՄՆ-ն, Ֆրանսիան, Կորեան, նմանատիպ օրենսդրության զարգացման տենդենցները և դրանց կիրառման պրակտիկան: Նման օրենքի մշակումը իրավական հիմք կստեղծի նաև անբարեխիղճ մրցակցությունից պաշտպանվելու և բարեխիղճ մրցակցությունը, նորարարությունները խթանելու համար:

Օրենքը պետք է միտված լինի հետևյալ հարցերի կարգավորմանը՝

1. ՀՀ տարածքում առևտրային գաղտնիքի իրավական պաշտպանությամբ ապահովվեն հնարավորին մեծ շրջանակի անձինք (ՀՀ քաղաքացիները և օտարազգի քաղաքացիները, ՀՀ ռեզիդենտ, ինչպես նաև ոչ ռեզիդենտ կազմակերպությունները)

2. սահմանվեն առևտրային գաղտնիք համարվող տեղեկությունների գաղտնիության ապահովման համար անհրաժեշտ միջոցները

3. արտադրության գաղտնիքներին (նոու-հաու) իրավական պաշտպանություն տրվի ինչպես մտավոր սեփականության արդյունքի, սակայն առևտրային գաղտնիքի շրջանակներում

4. պետական անվտանգության, ինչպես նաև քաղաքացիների

իրավունքների և ազատությունների պաշտպանության նպատակով պետք է սահմանվի տեղեկությունների ցանկը, որոնք չեն կարող առևտրային գաղտնիք լինել

5. անհրաժեշտ է սահմանել, որ գործատուի առևտրային գաղտնիքը չհրապարակելու աշխատողի պարտականությունը պահպանվում է նաև աշխատանքային հարաբերությունները դադարելուց հետո

6. պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ստացված առևտրային գաղտնիքը պետք է պահպանվի որպես ծառայողական գաղտնիք

7. պետք է պատասխանատվություն սահմանվի առանց իրավատիրոջ համաձայնության, անօրինական ձևով առևտրային գաղտնիքի ստացման և օգտագործման համար, ինչպես նաև պատասխանատվություն նախատեսվի երրորդ անձանց համար այն դեպքում, երբ նշված անձինք կարող էին ենթադրել, որ իրենց կողմից օգտագործվող այլ անձին պատկանող առևտրային գաղտնիքը ձեռք է բերվել անօրինական ճանապարհով

8. առևտրային գաղտնիքի սեփականատիրոջ շահերի պաշտպանություն սահմանվի այն դեպքում, եթե առևտրային գաղտնիք համարվող տեղեկությունը երրորդ անձին հայտնի է դարձել պատահականության կամ սխալի հետևանքով:

Կարծում ենք, որ օրենքում անհրաժեշտ է նաև ավելի նորոպի սահմանել առևտրային գաղտնիքի հասկացությունը և ինչպես նաև սահմանել, այսպես կոչված, «նոու-հաուս»:

Այսպիսով, առևտրային գաղտնիքի պաշտպանության կարգ սահմանող գործող իրավական ակտերը ներկայումս չեն կարող արդյունավետ կարգավորել առևտրային գաղտնիքի հետ կապված հարաբերությունները: Առաջին հերթին այդ ակտերը չեն բացահայտում «առևտրային գաղտնիքի» հասկացությունը ամբողջությամբ: Բացի այդ, դրանցում կան հակասություններ, որոնք շփոթեցնում են նույնիսկ փորձառու իրավաբաններին, բացակայում է դատական պրակտիկան, որը մեզ թույլ է տալիս ենթադրելու, որ ՀՀ-ում առևտրային գաղտնիքի պաշտպանությունը գտնվում է ցածրագույն աստիճանում, և գործարարները ուղղակիորեն զրկված են իրենց գաղտնի տեղեկությունները պաշտպանելու հնարավորությունից և

նման անկատար օրենսդրության պայմաններում նույնիսկ ցանկություն չունեն պաշտպանել իրենց իրավունքները:

Եթե կազմակերպությունների զաղտնի տեղեկությունները, որոնք վերջինիս առավելություններ են տալիս մրցակիցների նկատմամբ, չսահմանվեն և չպաշտպանվեն օրենքով, խոսք չի կարող լինել «բարեխիղճ մրցակցության» մասին:

**Наира Манучарян**

*Соискатель кафедры гражданского права ЕГУ*

### **ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ, КАК РАЗНОВИДНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Коммерческая тайна относится к наименее изученных категорий правоведения в Республике Армения. Также мало практического опыта применения правил защиты коммерческой тайны в маркетинговой деятельности. В настоящее время в законодательстве Республики Армении фиксирован институт защиты коммерческой тайны. Тем не менее, сегодня более чем актуален вопрос улучшения и дополнения действующего законодательства регулирующего данную сферу общественных отношений.

Если мы сравним наше законодательство с законодательством западных стран, то будет ясно, что в РА нормативные акты о коммерческой тайне очень разбросаны. Необходимо объединить и дополнить все существующие нормы в общем законе. В этом случаи не только опытные юристы, но и обычные бизнесмены, журналисты, государственные учреждения, сотрудники организаций, в том числе маркетологи, работа которых тесно связана с такой конфиденциальной информацией, будут работать согласно законодательству РА.

**Naira Manucharyan**

*Post graduate researcher at the Chair of Civil Law, YSU*

### **PROBLEMS OF LEGAL REGULATION OF TRADE SECRETS AS A KIND OF MARKETING INFORMATION**

Trade secret is one of the least explored categories of jurisprudence in the Republic of Armenia. Also, we have little practical experience in the application of rules of protection trade secret in marketing activities. Currently, the RA legislation has

defined the institution for the protection of trade secrets. However, today it is more than actual the question of making improvements and additions to the current legislation governing this area of public relations.

If we compare our legislation with the legislation of western countries, it is clear that in RA regulations on commercial secrets are very scattered. We need to combine and complement all the existing norms in one law. In this case not only experienced lawyers, but also ordinary businessmen, journalists, government agencies, members of organizations, including marketers, whose work is closely linked to such confidential information, will work according to the RA legislation.

**Բանալի բառեր`** առևտրային գաղտնիք, մարքեթինգ, գաղտնիք, տեղեկատվություն, հիմնահարց, մարքեթինգային տեղեկատվություն, մրցակցություն

**Keywords:** trade secret, marketing, secret, information, problem, marketing information, competition

**Ключевые слова:** коммерческая тайна, маркетинг, тайна, информация, проблема, маркетинговая информация, конкуренция