

Tajemnica przedsiębiorstwa: jak nie dać się ograć?

Wydaje się rzeczą oczywistą, że informacja w dzisiejszej globalnej gospodarce ma ogromną wartość. To na innowacyjnej informacji – zawartej w wypracowanej przez przedsiębiorstwo wiedzy – często opiera się jego pozycja rynkowa. Gromadzone na bazie doświadczeń procedury, metodologie, strategie czy wreszcie bazy klientów lub technologie decydują o sukcesie lub porażce na rynku. Tym bardziej może zatrażać fakt, jak mała jest wśród polskich przedsiębiorców świadomość, że cenne gospodarczo informacje powinny być chronione.

Gdy mleko się rozleje

Świadomość w tym zakresie często jednak przychodzi za późno. Zwykle wygląda to tak, że z firmy X odchodzi zarządca lub kluczowy współpracownik. Po jakimś czasie okazuje się, że nowo powstała firma lub już istniejąca na rynku konkurent nagle podbiera firmie X klientów (składając minimalnie

korzystniejsze oferty cenowe). Albo na rynku pojawia się produkt, który – ni mniej, ni więcej – jest identyczny z produkowanym przez firmę X, choć firma X produkuje swój produkt według autorskiej, udoskonalonej latami technologii. Pojawia się oburzenie i chęć wszczęcia sądowej batalii przeciwko naruszcycielowi, bo – jak twierdzi firma X – te informacje lub to rozwiązanie jest „nasze”. Ale czy na pewno „nasze”?

Kluczowa w tej sprawie jest odpowiedź na pytanie, czy lista klientów oraz finansowe parametry współpracy z nimi lub też technologia wytworzona w firmie X może być uznana za jej tajemnicę przedsiębiorstwa. Samo wytworzenie informacji w przedsiębiorstwie X nie jest wystarczające do zapewnienia monopolu korzystania z niej. Dodatkowo firma X powinna podjąć odpowiednie działania, aby swoje cenne informacje zachować w poufności. Jeśli takich działań nie podjęła, to

zgrupowane lub wypracowane przez nią know-how staje się elementem powszechnej wiedzy, z której każdy może korzystać.

Odpowiednie działania, czyli jakie?

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w obecnie obowiązującym brzmieniu wymaga, aby przedsiębiorca podjął „niezbędne” działania w celu zachowania informacji poufności. Projektowana w tym zakresie zmiana ustawy zakłada, że za tajemnicę przedsiębiorstwa mogą być uznane tylko takie informacje, co do których uprawniony podjął „przy zachowaniu należytej staranności” działania w celu zachowania ich w poufności.

Obie definicje są niedookreślone. Co zatem się pod nimi kryje? Działanie niezbędne czy też odpowiednie to takie, które wykazują realny oraz jednoznaczny zamiar przedsiębiorcy do zachowania konkretnych

informacji w poufności. Zamiar ten powinien być urzeczywistniony w szczególności przez dokładne określenie katalogu konkretnych informacji objętych poufnością (nie wystarczy używanie ogólnych określeń); poinformowanie osób, którym przekazuje się informacje, o ich poufnym charakterze oraz zobowiązanie tych osób do zachowania poufności (chodzi o precyzyjny i konkretny komunikat); stosowanie zabezpieczeń prawnych, faktycznych i technicznych.

Pracownik potencjalnym konkurentem

W praktyce to pracownicy najczęściej mają dostęp do istotnych gospodarczo informacji. To oni często informacje te wytworzą i na co dzień w imieniu przedsiębiorcy się nimi posługują. I to oni najczęściej zakładają konkurencyjne biznesy. I właśnie w relacjach z pracownikami przedsiębiorcy popełniają największe

błędy. Przede wszystkim nie informują pracowników, które informacje muszą zostać zachowane w poufności. Przedsiębiorcy, dążąc do zapewnienia sobie pozornie szerokiej ochrony, paradoksalnie ją tracą. Nawet bowiem jeśli w umowach z pracownikami zawierane są klauzule o zachowaniu poufności, to są one nieprecyzyjne i niedookreślone (typu: „wszelkie informacje, o których współpracownik dowiedział się w ramach współpracy” lub „wszelkie informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa”) i w efekcie bezskuteczne. W razie sporu zatem przedsiębiorca przegra, bo nie dochował należytej staranności i nie poinformował pracownika, które informacje ma zachować w poufności.

Warto zatem zawczasu, zanim mleko się rozleje, a kluczowy pracownik zdecyduje się na konkurencyjny biznes, pomyśleć o wdrożeniu w przedsiębiorstwie skutecznej polityki ochrony informacji poufnych,

a tym samym uniemożliwić byłym pracownikom legalne wykorzystanie know-how i innych informacji wypracowanych w przedsiębiorstwie byłego pracodawcy. ©



Radosław L. Kwaśnicki
partner w Kancelarii RKKW – Kwaśnicki Wróbel i Partnerzy



Aneta Pankowska
partner w Kancelarii RKKW – Kwaśnicki Wróbel i Partnerzy

FOT. MAT. PRASOWE

FOT. MAT. PRASOWE

FINANCIAL TIMES

Merkel stawia na Komisję

Angela Merkel jest przekonana, że zapewnienie Niemcom przewodnictwa w Komisji Europejskiej ma dla nich większe znaczenie niż zabieganie dla niemieckiego bankowca o sukcesję po Mario Draghim na stanowisku szefa Europejskiego Banku Centralnego. Taka strategia powoduje, że zapewne nie zajmie tego stanowiska Jens Weidmann, szef Bundesbanku, od dawna uważany za głównego kandydata do objęcia schedy po Draghim, którego kadencja kończy się w październiku przyszłego roku. Niemiecka gazeta „Handelsblatt” wymieniła Petera Altmaiera, ministra gospodarki i zaufanego kanclerz Merkel, jako potencjal-

nego kandydata do zastąpienia Jeana-Claude’a Junckera jako szefa Komisji Europejskiej. W tym samym numerze „Handelsblatt” pisze, że w Berlinie rozważane są też kandydatury na to stanowisko minister obrony Ursuli von der Leyen i Manfreda Webera, szefa głównej centro-prawicowej grupy w Parlamencie Europejskim. Oboje ministrowie, a także biuro kanclerz Merkel odmówili komentowania tych informacji. Zmiana stanowiska Berlina w tej kwestii jest jednak oczywista. Stanowisko szefa Komisji, który kształtuje politykę Unii i często reprezentuje ją na spotkaniach z globalnymi liderami, uznano za ważniejsze niż kierowanie EBC. JB

The Telegraph

Brytyjki ostro drinkują

Kobiety w Wielkiej Brytanii znalazły się w ścisłej światowej czołówce pod względem picia alkoholu – wynika z najnowszych globalnych badań opublikowanych na łamach czasopisma „The Lancet”. Badania przeprowadzone w 195 krajach i okazało się, że Wielka Brytania zajęła w tej konkurencji wyjątkowe miejsce, bo na Wyspach nie stwierdzono żadnej różnicy w ilości alkoholu spożywanego przez mężczyzn i kobiety. Ekspert uznali, że jest to tendencja „alarmująca” i ostrzegli przed rosnącą stopą chorób wątroby wśród kobiet w średnim wieku, które nie wyżyły się nabytych w młodości

zwyczajów imprezowania. Ciągły wzrost picia wina notowany od lat 80. minionego stulecia i reklamowanie przyjaznych dla kobiet drinków, takich jak koktajle, wywindowały Brytyjki na ósme miejsce na świecie w światowej klasyfikacji. Badanie przeprowadzone przez University of Washington wykazało, że kobiety w Wielkiej Brytanii średnio piją trzy alkoholowe drinki dziennie, dokładnie tyle samo co mężczyźni. Na świecie są tylko dwa kraje, gdzie kobiety dorównują pod tym względem mężczyznom – Korea Południowa i Gambia, ale w obu przypadkach ilości wypijanego alkoholu są bez porównania mniejsze niż na Wyspach. JB

ИЗВЕСТИЯ

Przez Słowację do Unii

Rosja i Słowacja porozumiały się w sprawie utworzenia europejsko-krymskiej izby handlowej. Jej celem będzie wspieranie biznesowej współpracy między półwyspem i krajami Unii Europejskiej. Biuro izby otwarto w Bratysławie, zresztą w hotelu Krym, i zarejestrowano je przy słowackim Ministerstwie Spraw Wewnętrznych. Ma to nadać organizacji oficjalny status. 1 sierpnia na Krym przybyła 12-osobowa delegacja ze Słowacji. Przewodniczył jej deputowany do tamtejszego parlamentu Petr Marczek. Gazecie „Izwestia” powiedział, że powołanie izby handlowej ma historyczne znaczenie, bo ta społeczna organizacja pozwoli

uporządkować relacje handlowe z Krymem, który kraje zachodnie w ostatnich latach próbują na wszelki sposób izolować. Właściciel hotelu Krym Roman Buso wyraził nadzieję, że podobne izby powstaną także w innych europejskich stolicach. Celem tej w Bratysławie jest ułatwienie współpracy gospodarczej między Krymem i Europą. – To znaczy, że każdy przedsiębiorca zainteresowany rozwijaniem współpracy z półwyspem może do nas zadzwonić i otrzymać niezbędne informacje – jak rozwijać biznes z krymskimi partnerami, jakie takiej współpracy towarzyszą ryzyka i jakie z niej płyną korzyści – stwierdził. JB

KOMENTUJE Jerzy Krzętowski



– Nie uda się przed tym wszystkim uciec, ale możemy zorganizować za państwem pościg!

PARKIET

● Parkiet Gazeta Giełdy i Inwestorów
www.parkiet.com
ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa, tel. 22 463 03 16
kontakt dla inwestorów: sos@parkiet.com
prenumerata: 0 800 120 195
Zamówienia na prenumeratę przyjmują jednostki Ruchu, Kolporter, Garmond Press, GUM.
Prenumerata elektroniczna (e-wydanie, wydanie na tablecie):
tel. 801 15 15 15, 22 463 00 66
e-mail: serwis@parkiet.com.pl, www.e-kiosk.pl, www.e-gazety.pl
● Redaktor naczelny: Andrzej Stec
● Zastępcy redaktora naczelnego: Tomasz Goss-Strzelecki, Zdzisław Grzędziński, Dariusz Włoczko
● Działami kierują:
– firmy: Dariusz Włoczko, tel. 22 463 05 98
– finans i gospodarka: Tomasz Goss-Strzelecki, tel. 22 463 06 22
– analizy, finanse osobiste: Wojciech Zieliński, tel. 22 463 05 99
– opinie i komentarze: Zdzisław Grzędziński, tel. 22 463 06 05
– parkiet.com: Tomasz Goss-Strzelecki, tel. 22 463 06 22
– studio graficzne: Joanna Zyngiel, tel. 22 463 05 91
● Biuro Sprzedaży Gremi Media S.A.
tel. (+48) 22 629 86 14, (+48) 22 621 48 69,
fax (+48) 22 621 46 58,
(+48) 22 625 61 57, reklama@rp.pl

Dyrektor Biura Reklamy i Ogłoszeń
tel. (+48) 22 46 30 187, mail: reklama@rp.pl
Dyrektor Biura Konferencji i Projektów Specjalnych
tel. (+48) 22 46 30 147, projekty@rp.pl
Dyrektor Działu Szkoleń
tel. (+48) 22 46 30 188, wydarzenia@rp.pl
Projekt Nieruchomości
tel. (+48) 792 904 888, www.nieruchomosci.rp.pl

ZAMÓW OGŁOSZENIE, OGŁOSZENIE DROBNE, KOMUNIKAT, NEKROLOG
tel. (+48) 22 629 86 14, (+48) 22 621 48 69
fax (+48) 22 621 46 58, (+48) 22 625 61 57
reklama@rp.pl

● Dział Marketingu: Paulia Karpisz, tel. 22 463 05 57

● Wydawca: Gremi Media S.A.

● Druk: Agora S.A.

Za treść ogłoszeń redakcja nie ponosi odpowiedzialności.
© – znak zastrzeżenia praw autorskich; ® – znak odpłatności; © – umieszczenie tych dwóch znaków przy artykule oznacza możliwość jego dalszego rozpowszechniania tylko i wyłącznie zgodnie z postanowieniami „Regulaminu korzystania z artykułów prasowych” zamieszczonego na stronie www.rp.pl/regulamin i po wcześniejszym uzyskaniu na stronie www.rp.pl/licencja