

بررسی حقوق اسرار تجاری در روابط قراردادی و غیرقراردادی در حقوق ایران با نگاه تطبیقی در حقوق آمریکا

عبدالحمید کلتله^۱، طاهره اسکندر نژاد^۲

دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آزادشهر
دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گنبد کاووس
kalteh2018@gmail.com

چکیده

اسرار تجاری در فعالیتهای صنعتی و تجاری، شکوفایی اقتصادی و رشد نظام رقابت تجاری دارای نقش مهمی است. رشد فزاینده جاسوسیهای اقتصادی، موجب اهمیت ذاتی اسرار تجاری، و ایجاد ساز و کار حمایتی خاصی را برای آن در نظر میگیرد. این حمایت در اصل نشان دهنده حساسیت جامعه به این موضوع است و جهت رشد نظام اقتصادی امری ضروری تلقی می شود. تحقیق حاضر با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی به مطالعه تطبیقی حمایت از حقوق اسرار تجاری در روابط قراردادی و غیرقراردادی در حقوق ایران و آمریکا می پردازد. در این راستا سعی شده به نظام حقوقی آمریکا آنگونه که شایسته بررسی یک نظام حقوقی کامن لا می باشد؛ پرداخته شود. یافته های این پژوهش نشان می دهد، در روابط قراردادی، دریافت کننده اسرار تجاری مکلف به نگهداری اطلاعات محرمانه و استفاده از آن مطابق ضوابط تعیین شده می نماید که نتیجه عدم تقیید، تحقق مسئولیت وی خواهد بود. قراردادهای عدم رقابت و عدم ترغیب و رازداری، قابلیت های ویژه ای دارند و انعقاد این قبیل قراردادهای بهره گیری از ضمانت اجرای خاص، آنها را در حفاظت از اطلاعات محرمانه تجاری، به امری معمول مبدل نمود است. در رابطه میان کارفرما و مستخدم، در غالب موارد، اطلاعات محرمانه کارفرما بنا به اقتضائات معمول، در اختیار مستخدم قرار می گیرد که پس از پایان رابطه استخدامی و جدایی مستخدم، مسائل عمده ای را میان طرفین در خصوص سوء استفاده از رازهای تجاری مطرح می سازد. نظام حقوقی آمریکا با وضع قوانین حمایتی ویژه در حوزه اسرار تجاری، به دنبال حمایت هر چه بیشتر از حقوق دارندگان این اسرار می باشد و نظام حقوقی ایران، هر چند در مجموع حمایت مقدماتی در برابر نقض اسرار به عمل می آورد؛ لکن در مورد راه حل هایی چون دستور موقت فوق العاده سریع یا تقاضای اعلام رأی، وضعیت روشنی ندارد.

واژگان کلیدی: اسرار تجاری، حقوق آمریکا، حقوق ایران، قراردادی، غیرقراردادی

۱- مقدمه

امروزه حق دستیابی به اطلاعات، از حقوق بنیادین بشر است و ابزارهای نوین ارتباطی و به ویژه گستره فضاهای مجازی، فرصت های بی بدیلی را در تحقق این حق اساسی فراهم آورده است اما این حق اساسی سبب نخواهد شد تا برخی از اطلاعات محرمانه که به جهت محرمانگی دارای ارزش می باشند، مورد تعرض قرار گیرند. ارزش اقتصادی اطلاعات، نقش مهمی در تنظیم روابط تجاری فعالان عرصه اقتصادی دارد. از جمله این اطلاعات، می توان به حقوق اسرار تجاری و اقتصادی اشاره نمود. این اطلاعات ارزشمند همواره در معرض هجوم اشخاصی است که با نیتی پلید، ثمره چینی از کوشش دیگران را در سر می -

پروروانند؛ از این رو سیاست جنایی باید چتر حمایتی خود را بر سر دارنده اطلاعات بگسترانند. حقوق اسرار تجاری و اقتصادی از مفاهیم کمتر شناخته شده در حقوق ایران است و این امر ناشی از فقدان قوانین و مقررات و سابقه قابل توجه در این زمینه می باشد. در این خصوص حتی مطالعات کافی و جامعی نیز صورت نگرفته است. از حیث جایگاه، حقوق اسرار تجاری به طور سنتی در حیطه مالکیت‌های فکری در مفهوم دقیق آن قرار می‌گیرد. بخش عمده‌ای از رازهای تجاری ناشی از تلاشهای فکری است؛ با وجود این، حقوق اسرار تجاری، محصور در اطلاعات خلاقانه نیست و قلمرو آن شامل هر نوع اطلاعات ارزشمند تجاری، به ویژه اطلاعات واجد ارزش رقابتی نیز می‌گردد. از این رو، پیوند نزدیکی میان حقوق اسرار تجاری و حقوق رقابت وجود دارد. افزون بر این، ماهیت اسرار تجاری که نوعی اطلاعات است، گستره آن را در مجاورت حقوق اطلاعات قرار می‌دهد.

حقوق اسرار تجاری از مفاهیم کمتر شناخته شده در حقوق ایران است و تا به اکنون، پژوهشی شایسته که قواعد مبهم آن را روشن سازد صورت نگرفته است؛ به جهت آنکه حقوق ایران فاقد مقررات و سابقه قابل توجهی در خصوص اسرار تجاری است، گریزی از بررسی قواعد حقوقی کشورهای دیگر و استفاده از تجارب آنها نداریم. بر این اساس، در این پژوهش، به تحلیل بنیانهای حقوق اسرار تجاری در حقوق آمریکا و سپس به تطبیق قواعد آنها در چهارچوب حقوق ایران می‌پردازیم. در این میان، عمده مباحث معطوف به حقوق آمریکاست که به سبب برخورداری از نظامی جامع در زمینه اسرار تجاری، همواره منبع الهام و مأخذ اقتباس کشورهای دیگر بوده است. حقوق اسرار تجاری، یکی از برجسته‌ترین نقاط تلاقی مزیت‌های اخلاقی و قواعد حقوقی به شمار می‌آید؛ زیرا رازپوشی، ویژگی‌ای است که اخلاق آن را می‌ستاید و قانون آن را در مواردی لازم می‌شمرد. راز تجاری به اطلاعاتی اطلاق می‌شود که شخص و یا شرکت دارنده اطلاعات نمی‌خواهد رقیبان از آن آگاهی یابند. حقوق اسرار تجاری همانند سایر اشکال مالکیت‌های فکری، توسط نظام‌های حقوقی مورد حمایت قرار می‌گیرد. در روزگار امروز حمایت اسرار تجاری علی‌الخصوص با توجه به گستردگی بازار و رقابت روز افزون جهانی اهمیتی روزافزون یافته است. هر چند که ریشه‌های اصول حمایت از اسرار تجاری در مفاهیمی چون احترام به تصمیم‌گیری در خصوص افشای ارادی اطلاعات و احترام به روابط محرمانه مستقر بوده که به نوبه‌ی خود مبین بهترین الگو در جهت شناسایی و تفکیک تخصص و بهره‌برداری مجاز و ممنوع از این اسرار و اطلاعات است.

دستیابی به حمایت از اسرار تجاری، موجد انگیزه‌ای است برای کار فکری و توسعه‌ی اطلاعات، آگاهی به این موضوع که صاحبان فکر و اندیشه در برابر افرادی که اطلاعات و اسرار ایشان را به ناحق به خود تخصیص می‌دهند، دارای حقوقی بوده و اعمال ضمانت اجرایی در اختیار ایشان می‌باشد، مردم را به سرمایه گذاری و صرف وقت و هزینه جهت کشف و توسعه‌ی اطلاعات تشویق می‌نماید.

اهمیت روز افزون حقوق اسرار تجاری و اقتصادی، غالب کشورهای پیشرفته و در حال توسعه را به سمت تعیین قواعد حقوقی و قوانین خاص ناظر به این گونه اسرار سوق داده است. اما در کشور جمهوری اسلامی ایران که در مسیر توسعه پایدار اقتصادی و خصوصی‌سازی، گام‌های نخستین را برمی‌دارد، هنوز نظام حقوقی کامل و جامعی در این خصوص به وجود نیامده و قواعد شایسته‌ای که نوری بر تاریکی جنبه‌های مبهم این موضوع بیفکند، پیش‌بینی نشده است. امری که نه تنها به شناخت شرکت‌های تجاری از حقوق خود نسبت به اطلاعات محرمانه رقابتی دامن می‌زند بلکه بر سطح تعاملات تجاری بین‌المللی ایران نیز اثر منفی برجای می‌گذارد. بر این اساس، وضع قوانین و مقرراتی جامع که ناظر بر ابعاد مختلف اسرار تجاری و اقتصادی باشد، ضروری است. ضمن آنکه می‌تواند بنیان‌های تجاری و رقابتی را استوارتر ساخته و فرصتی را برای احترام به اخلاق تجاری ایجاد نماید. این پژوهش برآن است تا به این پرسش پاسخ دهد: آیا قواعد حاکم بر اسرار تجاری در نظام حقوقی ایران با قواعد حاکم بر اسرار تجاری در نظام آمریکا ماهیاتاً تفاوتی دارند؟ در نظام حمایتی حقوق آمریکا و ایران چه ساز و کارهای حمایتی برای روابط قراردادی و غیرقراردادی مشخص شده است؟ تحقیق حاضر از نظر دانش گردآوری داده‌ها تحلیلی - توصیفی است. همچنین در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات مربوط به پژوهش از روش کتابخانه‌ای و مراجعه به کتب و مجلات تخصصی فارسی و لاتین، فیش‌برداری از کتب حقوقی مجلات و نوشتار سایت‌های حقوقی و جمع‌آوری و بررسی آنها کسب نظر اساتید دانشگاهی و عندالاقضاء حوزوی و نیز مراجع دخیل در امور حقوقی استفاده شده است.

۲- تعریف اسرار تجاری

۲-۱- تعریف اسرار تجاری در حقوق ایران

در نظام حقوقی ایران هیچ قانونی به حمایت از اسرار تجاری اشاره ای ندارد و تنها ماده‌ای که رسماً از اسرار تجاری نام برده ولی به ارایه تعریفی از آن نپرداخته بلکه به مصادیق آن اشاره کرده است، ماده ۶۵ قانون تجارت الکترونیکی می‌باشد. در ق.ت.ا.ط.ص.ع.ت. مصوب ۱۳۱۰ و ۱۳۸۶ هیچ اشاره‌ای به اسرار تجاری و دانش فنی و یا اطلاعات افشا نشده است. البته در معاهدات دو یا چند جانبه میان ایران و کشورهای دیگر به اسرار تجاری تصریح شده است؛ برای مثال، ماده ۱۵ قانون موافقتنامه میان دولت ایران و اتریش، در مورد کمک و همکاری دوجانبه در مسائل گمرکی مصوب ۱۳۸۳/۹/۲۲ اظهار می‌دارد: " در مواردی که طرف متعاقد درخواست شونده معتقد است اجرای درخواست باعث افشای اسرار صنعتی، تجاری یا حرفه ای کشور می‌باشد یا مغایر قوانین ملی آن است، می‌تواند از ارایه کمک خودداری کند" (رهبری، ۱۳۹۲، ص ۳۲).

بند ت ماده ۱ «موافقتنامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری بین دولت جمهوری اسلامی ایران و دولت جمهوری فدرال آلمان» مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۲۳، در تعریف حقوق مالکیت معنوی چنین اشعار داشته است: «حقوق مالکیت معنوی و صنعتی از جمله علائم تجاری، حق اختراع، مدل‌های بهره‌برداری، طرح‌های صنعتی، فرایندهای فنی، دانش فنی، اسرار تجاری، اسامی تجاری و حسن شهرت تجاری» را شامل می‌شود (رهبری، ۱۳۹۲، ص ۲۷).

علی‌رغم وجود قوانین مذکور، تنها ماده ۶۵ ق.ت.ا. مصوب ۱۳۸۲، تعریفی از اسرار تجاری ارائه داده است: «اسرار تجاری الکترونیکی» «داده پیمایی» است که شامل اطلاعات، فرمولها، الگوها، نرم افزارها و برنامه‌ها، ابزار و تکنیها و فرایندها، تألیفات منتشر نشده، روشهای انجام تجارت داد و ستد، فنون، نقشه‌ها و فراگردها، اطلاعات مالی، فهرست مشتریان، طرحهای تجاری و امثال اینهاست که به طور مستقل دارای ارزش اقتصادی بوده و در دسترس عموم قرار ندارد و تلاشهای معقولانه‌ای برای حفظ و حراست از آنها انجام شده است» (رهبری، ۱۳۹۲، ص ۲۸).

۲-۲- تعریف اسرار تجاری در حقوق آمریکا

در تعریف اسرار تجاری، دادگاه عالی آمریکا مقرر کرد که اطلاعات مشمول تعریف اسرار تجاری باید از حداقل استاندارد لازم مانند جدید بودن و گام ابتکاری به منظور اجتناب از شمول تعریف اسرار تجاری به هر گونه اطلاعات برخوردار باشند. به علاوه مالک اسرار تجاری می‌تواند از حق و منفعت مالی بر اسرار تجاری مطابق متمم پنجم قانون اساسی ایالات متحده آمریکا که اسرار تجاری را مال می‌داند (p 1, The Fifth Amendment of United States Constitution (Rights of Persons))^۱ 1377

بهره مند بوده و مانند مالکیت بر اعیان بر اموال غیرمادی مانند اسرار تجاری مالکیت داشته باشند (Yeh, 2014, p 3).

در تعریف اسرار تجاری، مطابق ماده ۳۹ بازخوانی سوم پیرامون رقابت غیرمنصفانه^۲ (۱۹۹۵) اسرار تجاری عبارت است از هرگونه اطلاعاتی که می‌تواند در عرصه تجاری کاربرد داشته باشد و از ارزش اقتصادی و تجاری بالقوه و یا بالفعل برای دارنده آن برخوردار بوده و محرمانه بماند.

مطابق ماده ۱ قانون متحدالشکل^۳ اسرار تجاری عبارت است از هرگونه اطلاعاتی که شامل فرمول، الگو، برنامه، دستگاه، متد و شیوه، تکنیک و فرآیند باشد و از ارزش اقتصادی بالقوه و یا بالفعلی برخوردار بوده و ناشناخته باشد و همچنین، به طرق قانونی قابل دسترس نباشد و اقدامات امنیتی و حفاظتی برای نگهداری آن به منظور محرمانگی آن اتخاذ شود. به طور کلی اسرار تجاری به مثابه رازهای سودزا، شامل هر فرمول، الگو، وسیله یا ترکیب اطلاعاتی است که در تجارت استفاده می‌شود و از یک-

۱- متمم پنجم از قانون اساسی ایالات متحده (حقوق افراد)

۲ - The Restatement of unfair competition

۳ - The Uniform Trade Secrets Act of United States of America

سو، فرصت کسب سود را برای دارنده به ارمغان می‌آورد و از سوی دیگر، واجد وصف محرمانگی است. به اعتقاد برخی حقوقدانان، اسرار تجاری شامل هر فرمول، الگو و ابزاری است که در یک تجارت خاص مورد استفاده قرار می‌گیرد (Samli & Laurence, 2007, p 103).

برخی نیز اسرار تجاری را چنین تعریف کرده اند: رازی که موجب امتیازی بالقوه یا بالفعل برای دارنده آن در امر تجارت است و دارنده نیز آن را با اقدام متعارف به عنوان یک راز، نزد خود نگاه داشته است (Gesmer, 2000, p 25).

اولین بازخوانی مسئولیت مدنی ۱۹۳۹ یا مجموعه قواعد حقوقی مسئولیت مدنی، طبق نظریه ب ماده ۷۵۷، «در تعریف راز تجاری باید به این موارد توجه کرد:

۱. حدودی که اطلاعات در خارج از تجارت دارنده شناخته شده است.
۲. حدودی که اطلاعات به وسیله مستخدمان و سایر اشخاصی که در آن تجارت فعالیت دارند شناخته شده است.
۳. حدود اقداماتی که توسط دارنده نسبت به [حفظ] محرمانگی اطلاعات اعمال شده است.
۴. ارزش اطلاعات برای دارنده و رقبای او.
۵. میزان تلاش یا پولی که توسط دارنده برای به بهره‌وری رساندن اطلاعات صرف شده است.
۶. [میزان] سهولت یا صعوبت تحصیل یا همانندسازی (نسخه برداری) اطلاعات به وسیله دیگران (Sugarman, 1991, p 1138).

دومین بازخوانی حقوق رقابت غیرمنصفانه. این قانون در ماده ۳۹ خود، به تعریف اسرار تجاری می‌پردازد: «هر نوع اطلاعاتی که در عملیات شرکتهای بازرگانی یا سایر بنگاههای اقتصادی مورد استفاده واقع می‌شود و به قدر کافی ارزشمند و سری است تا مزیتی اقتصادی را در برابر دیگران فراهم نماید.» (Holligan, 2001).

در قوانین آمریکا به صراحت به لزوم محرمانگی، برخورداری اطلاعات از ارزش اقتصادی اعم از بالفعل و بالقوه و لزوم اتخاذ اقدامات حفاظتی و امنیتی اشاره شده است. بنابراین آنچه که از تعاریف ارائه شده استنباط می‌شود، محرمانگی اسرار تجاری و برخورداری آن‌ها از ارزش اقتصادی مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که برای اسرار تجاری شناخته شده است.

۳- حمایت از اسرار تجاری با ایجاد رابطه قراردادی

۳-۱- قرارداد عدم رقابت

قرارداد عدم رقابت، قراردادی است که میان رقبای بالفعل یا بالقوه منعقد می‌شود و به موجب آن، یک طرف در برابر دیگری تعهد می‌کند تا به منظور حفظ منابع مشروعی، برای مدت متعارف و در قلمرو جغرافیایی محدودی، به رقابت با او نپردازد. تعهد عدم رقابت در موقعیت‌های مختلف و غالباً به صورت شرط ضمن قرارداد رخ می‌نماید که به عنوان نمونه به این موارد می‌توان اشاره نمود: عمده قراردادهای عدم رقابت در حمایت از اسرار تجاری، میان کارفرمایان و مستخدمان منعقد می‌شود تا مستخدم را پس از خاتمه رابطه استخدامی از رقابت با کارفرمای سابق خود منع سازد (Roush, 2011, p 288).

در برقراری تعادل میان منافع طرفین معیارهایی برای اعتبار قرارداد پیش‌بینی شده که رعایت آنها در انعقاد قرارداد الزامی است که در ادامه به آنها می‌پردازیم:

۱- موضوع معین: موضوع قرارداد که اعمال محدودیت است باید صریح و معین باشد. قرارداد باید دقیقاً مشخص سازد مستخدم از چه نوع اقداماتی منع شده و در چه زمینه‌ای حق فعالیت ندارد. اگر کارفرما قصد تحدید ارتباط مستخدم با مشتریان خود را دارد باید آنها را صریحاً معین کند یا حداقل به نحوی آنها را در قرارداد مشخص سازد که معلوم باشد مقصود چه اشخاصی هستند (Rudwicz, 2002, p 89). مستخدم یا طرف قرارداد را نمیتوان به طور کلی از همه فعالیت‌ها منع ساخت به طوری که نتواند در زمینه شغلی خود موقعیتی پیدا کند (Knox, 2004).

۲- وجود منافع موجه: قرارداد باید مقرون به توجیه لزوم انعقاد قرارداد باشد. قرارداد نباید جنبه تنبیهی داشته باشد و مستخدم با به جهت منع قطع همکاری در منگنه قرار دهد بلکه کارفرما باید به طرز معقولی نشان دهد که حمایت از اسرار تجاری و مزایای رقابتی توسل به قراردادی را توجیه می سازد (Schwab, 2001, p 35). در واقع هدف قرارداد در چهارچوب حقوق اسرار تجاری حمایت از اطلاعات محرمانه اسرار تجاری است و از این رو اگر قرارداد به نوعی تنظیم شود که فعالیت‌هایی را که به منافع رقابتی کارفرما لطمه نمی‌زند و احتمال استفاده یا افشای اسرار در آن نمی‌رود محدود سازد قرارداد فاقد اعتبار خواهد بود (Anderson, 2002, p 108).

۳- محدودیت زمانی: کارفرما نمی‌تواند مستخدم را برای همیشه از رقابت با خود منع کند بلکه مدت محدودیت، موقتی است (Dennis, 2005, p 47). قرارداد باید از لحاظ زمانی و با توجه به اوضاع و احوال، متعارف باشد (Hall, 1997, p 37). معیار دقیق و واحدی در این خصوص وجود ندارد، اما معمولاً دادگاه‌های امریکا به سختی محدودیت زمانی سه ساله را می‌پذیرند و حتی از پذیرش محدودیت دو ساله نیز اکراه دارند، مگر آنکه اوضاع و احوال خاصی آن را توجیه نماید؛ مثلاً کارفرما اثبات نماید که یافتن و تربیت نیروی متخصص جایگزینی که توانایی کار با اسرار تجاری را داشته باشد و از لحاظ اخلاقی به مراقبت از اطلاعات محرمانه اهتمام نشان دهد از لحاظ زمانی، دو یا سه سال طول می‌کشد (Schwab, 2001, p 36).

۴- محدودیت جغرافیایی: قرارداد از لحاظ جغرافیایی نباید بیش از حد وسیع باشد. معمولاً قراردادهایی که فعالیت را در محدوده یک شهر یا ایالت محدود سازند مورد تأیید دادگاه قرار می‌گیرند، اما در محدوده کشوری یا بین‌المللی، دادگاهها کمتر از خود انعطاف نشان می‌دهند؛ زیرا چنین محدودیتی را متعارف و ضروری نمی‌دانند (Resenberg, 2002, p 232). مثلاً اگر موضوع قرارداد، عدم پیوستن به رقبا باشد باید در محدوده جغرافیایی ای اعمال شود که مربوط به گستره فعالیت تجاری دارنده اسرار تجاری باشد و خارج از آن محدوده‌ی نمی‌توان مانع از فعالیت مستخدم گردید (موافقت نامه عدم رقابت). ذکر این نکته ضروری است که به هر حال، به عنوان یک معیار کلی در بررسی محدودیت‌های زمانی و مکانی قرارداد، باید آن دسته را متعارف و مجاز شمرد که سبب مشقت غیرمتعارف و خارج از توان مستخدم نشود و وی را در گذراندن زندگی خود با مشکل جدی مواجه و جامعه را نیز از خدمات ویژه او محروم نسازد (Finch, 2006, p 2).

۵- وجود عوض قراردادی. در قوانین برخی ایالتها در امریکا قرارداد عدم رقابت باید دارای عوض باشد تا معتبر و لازم الاجرا تلقی شود. اگر قرارداد در هنگام استخدام منعقد شود صرف اعطای موقعیت استخدامی می‌تواند عوض قراردادی معتبر شمرده شود (Schwab, 2001, p 133). اگر چه مطابق قواعد حقوق قراردادی، حقیقتاً نمی‌توان آن را عوض قرارداد تلقی نمود. اما اگر در طول دوران استخدام، قراردادی میان طرفین منعقد شود پیش‌بینی مزایایی برای مستخدم به عنوان عوض، ضروری است. البته برخی دادگاهها، دستیابی به اسرار تجاری و آموزشگاههای تخصصی یا تعهدی برای تمدید قرارداد را عوضی مناسب محسوب می‌کنند. با وجود این، دادگاهها به میزان عوض یا کافی بودن آن توجه ندارند. در قضیه *Laboryaila Poulard* Group 2004 پس از گذشت پنج سال از رابطه استخدامی، قرارداد عدم رقابتی میان کارفرما و مستخدم منعقد شد، بدون آنکه عوضی در برابر تعهد مستخدم تعیین شود و دادگاه به همین دلیل، قرارداد را غیر قابل اجرا و مستخدم را مجاز به رقابت با کارفرمای سابق خود دانست (www.perkinscoie.com/content/ren/updates/labor/html).

در هر حال، اگر مفاد قرارداد عدم رقابت از حدود متعارف تجاوز یا زمینه اعمال رویه‌های ضد رقابتی را فراهم کند، مخالف قانون «ضد تراست شرمن» خواهد بود که در ماده نخست خود، چنین قراردادهایی را غیر معتبر اعلام کرده است (Augostini, 1995, p 459).

در حقوق ایران هم می‌توان قائل به صحت قرارداد شد. انعقاد این قرارداد که ماهیتاً قراردادی عهدی و مبتنی بر ترک فعل است مطابق ماده ۱۰ ق.م. توجیه می‌شود. با توجه به اصل ۲۸ ق.ا. و مفهوم ماده ۹۵۹ ق.م. می‌توان اعتبار مشروط آن را به ملزوماتی که ذکر شد استنباط نمود؛ زیرا قرارداد از مصادیق سلب حق به طور جزئی است و تنها برای مدت زمان و در قلمرو

جغرافیایی خاصی، محدودیتهایی را اعمال می‌کند. البته وجود عوض، شرط اعتبار قرارداد نیست، زیرا تعهد ممکن است بلاعوض باشد. اگر محدودیتهای خارج از حد متعارف باشد، مطابق ماده ۵۹۵ ق.م. قرارداد فاقد اعتبار خواهد بود (رهبری، ۱۳۹۲: ۱۴۲).

۲-۳- قرارداد عدم ترغیب

قرارداد عدم ترغیب، قراردادی است میان رقبای بالفعل یا بالقوه که به موجب آن، یک طرف در برابر دیگری تعهد می‌کند تا برای مدت زمان متعارف و در محدودی جغرافیایی خاصی، مشتریان و مستخدمان طرف مقابل را برای برقراری تعاملات تجاری با خود یا دیگری، ترغیب و تحریک ننماید. قرارداد عدم ترغیب، در اصل نوعی قرارداد عدم رقابت محسوب می‌شود. گاه دارندگان اسرار تجاری ترجیح می‌دهند از این نوع قرارداد، به جای قرارداد عدم رقابت استفاده کنند؛ زیرا موضوع آن در مقایسه با قرارداد عدم رقابت، محدودتر است و احتمال کمتری می‌رود با ایراد دادگاه مبنی بر خروج مفاد قرارداد از حدود متعارف، مواجه گردد (<https://greatist.com/fitness/mental-training-tips-professional-athletes>).

از این رو، قواعد ناظر به اعتبار قرارداد عدم رقابت، در این قرارداد نیز باید ملحوظ داشته شود (Rosen, 2000, p 30). به موجب این قرارداد، متعهد قرارداد- که اغلب همانند قراردادی عدم رقابت مستخدمی است که از فهرست مشتریان به عنوان راز تجاری ذی‌نفع قرارداد مطلع است- ملزم می‌شود تا از برقراری تماس با مشتریان و ترغیب آنها به برقراری رابطه با خود یا کارفرمای جدید خود خودداری ورزد (Paulson, 2003, p 208). بدیهی است که فهرست مشتریان باید معین باشد و علی‌الاصول از ارتباط با مشتریانی باید منفع گردد که مستخدم در ارتباط با آنها بوده است، یا از آنها اطلاعاتی دارد. اگر مفاد قرارداد وی را از ارتباط با همه مشتریان باز دارد، دادگاه ممکن است نتیجه بگیرد که قرارداد از حدود متعارف خارج شده است. با وجود این، اگر مشتریان خود، تمایل به برقراری رابطه تجاری با وی را داشته باشند نمی‌توان با استناد به قرارداد عدم ترغیب، مستخدم را مسئول شمرد، مگر آنکه تقصیر وی در ترغیب مشتریان به معامله با خود، به نحوی اجراز شود.

۳-۳- قرارداد رازداری

این قرارداد، که به «قرارداد عدم افشا» نیز معروف می‌باشد توافقی است که به موجب آن، یک طرف در برابر دیگری تعهد می‌کند که اطلاعات مربوط به او را محرمانه نگاه دارد و از آن به سود خود یا دیگری استفاده نکند (رهبری، ۱۳۹۲، ص ۱۴۵). همانند سایر قراردادهای محدود کننده، این قرارداد نیز بیشتر در روابط میان کارفرما و مستخدم شایع است. گزارشی که «انجمن مدیریت منابع انسانی» آمریکا در سال ۲۰۰۴ منتشر کرد، نشان می‌دهد که بیش از نیمی از تعداد واحدهای فعال، با مستخدمان خود قرارداد رازداری منعقد کرده‌اند (www.washingtonpost.com/wpdny/articles/15970-2004 June 25/html). در سایر روابط نیز به کارگیری قرارداد، معمول است؛ برای نمونه، در قراردادهای فروش اسرار تجاری یا واگذاری تجارت، معمولاً خریدار نیازمند اطلاعات محرمانه‌ای است تا بتواند تصمیم درستی مبنی بر خرید یا عدم خرید آن اتخاذ کند، لذا برای حمایت از اسرار، توسل به قرارداد ناگزیر است (Steingold, 2012, p 24).

قرارداد عدم افشای اطلاعات که در اوضاع و احوال خاصی، نقش پیش شرط را در حفاظت از اسرار دارد و انعقاد آن به عنوان تکلیفی به دارنده تحمیل می‌شود، در اکثر موارد، نقش حمایتی ایفا می‌کند (Leibovitz, 2002, p 2251). مهم‌ترین کاربرد قرارداد، همان‌گونه که از عنوان برمی‌آید، حفظ محرمانگی اطلاعات ارزشمند و در مرحله بعد، جلوگیری از سوء استفاده دریافت کننده آنهاست (Lutzeker, 2012, p 754). استفاده از این نوع قراردادها برای حمایت از اسرار تجاری، به ویژه در موقعیتهایی که تعهد ضمنی به رازداری وجود ندارد، ابزاری کارآمد محسوب می‌شود. حتی در صورت وجود تعهد ضمنی، وجود قرارداد این حسن را دارد که دارنده را از اثبات وجود این تعهد ضمنی، بی‌نیاز می‌سازد. از جانب دیگر، راه اثبات آنکه اطلاعات، اسرار تجاری‌اند را هموارتر می‌سازد؛ زیرا قرارداد به طور معمول، متضمن پذیرش راز بودن اطلاعات از جانب متعهد است.

البته دادگاه عالی آمریکا مقرر داشته که به صرف آنکه در قراردادی اطلاعات در زمره اسرار تجاری توصیف شوند، نمیتوان آنها را واجد چنین ماهیتی انگاشت (Lake, 1995, p 343). اما نمی‌توان کتمان کرد که این تدبیر در اثبات طبیعت رازگونه اطلاعات و مالکیت بر اسرار تجاری، تا حدودی، موثر می‌افتد. از لحاظ روانی حتی در صورت وجود سایر تعهدات به رازداری

وجود قرارداد عدم افشا دریافت کننده اطلاعات را در حفاظت از آنها حساس تر می‌سازد زیرا به موجب قرارداد مستقیماً تعهدی بر عهده وی گذاشته می‌شود (Epstein, 2008, p 5).

اگر اسرار تجاری توسط رقبا، بی آنکه اطلاعات محرمانه را افشا سازد، مشورت‌هایی ارائه می‌دهد، در صورت موفقیت رقبا، ظاهر آن است که قرارداد نقض شده است و اثبات آنکه اطلاعات ارائه شده همان اطلاعات ارزشمند محرمانه نبوده بسیار دشوار اما امکان‌پذیر است و به همین جهت کارفرمایان معمولاً قرارداد رازداری را با قرارداد عدم رقابت توأم می‌سازند تا راه را بر سوء-استفاده‌های این چنینی ببندند (Dilliou & William, 2005, p 38).

این قرارداد نیز مانند قسمت قبلی دارای شرایطی است که به شرح زیر می‌باشد:

۱- موضوع معین. قرارداد باید به وضوح معین سازد که چه نوع اطلاعاتی موضوع قرارداد هستند. باید از عبارات کلی برای بیان مقصود پرهیز شود. این امر مانع از آن می‌شود که متعاقب دریافت اطلاعات، طرف مقابل مدعی شود که تعهد وی به آنچه دارنده اسرار ادعا می‌کند قابل سرایت نیست (W, 2001, p 16). در این راستا معمولاً «شرط رسوب یافته‌ها» در قراردادهای رازداری، به هدف متمایز ساختن اطلاعات محرمانه از اطلاعات معمولی، درج می‌شود. این شرط به تعیین اطلاعاتی می‌پردازد که در قالبی غیرمادی و در اثر مداومت در کار و تماس با اطلاعات، ناخواسته در ذهن مستخدم ثبت و به تعبیری رسوب می‌شود. این اطلاعات در واقع مبدل به «دانش فنی کلی» یا مهارت‌های معمولی شده است که مستخدم پس از خاتمه رابطه اش با کارفرما می‌تواند از آنها استفاده کند بی آنکه به نقض قرارداد رازداری و تجاوز به حقوق دارنده اسرار تجاری متهم شود (Cline & Floyed, 2006, p 314).

۲- وجود منافع موجه. برای انعقاد قرارداد، وجود منفعتی قابل توجه ضروری است. البته در قلمرو حقوق اسرار تجاری، هیچ توجیهی محکم‌تر از وجود اطلاعات محرمانه ارزشمندی که حمایت از آنها واجد اهمیت فوق‌العاده‌ای است، وجود ندارد (Miles, 1998, p 1747).

۳- بررسی شرط محدودیت زمانی. بسته به ماهیت اسرار تجاری، دوره‌های محدودیت عدم افشای اطلاعات، متغیر خواهد بود: برخی از اطلاعات علمی و فنی، تا زمانی که به هر طریق افشا نشده و وقوف عمومی نسبت به آنها شکل نگرفته باشد، ارزش خود را حفظ می‌کنند و به موازات آن، تعهد به رازداری ناشی از قرارداد عدم افشا نیز نامحدود خواهد بود. مثلاً فرمول کوکاکولا را تصور کنید؛ اگر قرارداد رازداری محدود به زمان معینی باشد، معنای آن جواز افشای اسرار پس از خاتمه دوران محدودیت خواهد بود؛ امری که در تناقض آشکار با قواعد حمایتی از اسرار تجاری است. از این رو، برای حمایت از چنین اسراری، انعقاد قرارداد عدم رازداری اجتناب‌ناپذیر است. در نقطه مقابل، اسرار تجاری دیگری، نظیر اطلاعات مالی یا طرح‌های تجاری یا بازاریابی کوتاه مدت هستند که معمولاً حیات محرمانه کوتاهی دارند و اجرای آنها به منزله افشای آنهاست. در این صورت، اگر مدت محدودیت قراردادی، بیش از حد متعارف باشد دادگاه آن را بی اعتبار می‌خواند (Roger & Jentz, 2005, p 157).

۴- بررسی شرط محدودیت جغرافیایی. برخلاف قراردادهای عدم رقابت، نمی‌توان تعهد دریافت کننده اطلاعات محرمانه را، به قلمرو خاصی محدود ساخت؛ زیرا با توجه به ماهیت اسرار تجاری، محدودیت جغرافیایی در عدم افشای اسرار بی معنا خواهد بود. حتی اگر افشای اطلاعات در محدوده‌ای بعید از قلمرو تجاری دارنده اطلاعات صورت گیرد، به دلیل کارکرد وسایل ارتباطی پیشرفته و ویژگی فرامرزی آنها که امکان انتقال اطلاعات را به هر نقطه‌ای از جهان به سادگی و با سرعت، فراهم نموده است محدودیت جغرافیایی، قابل پذیرش نیست و نمی‌توان آن را شرط اعتبار قرارداد محسوب نمود.

۵- وجود عوض قراردادی. همانند قرارداد عدم رقابت، در حقوق آمریکا، وجود عوض در قرارداد، شرط اعتبار است (Fishman & Stim, 2001, p 4). در حقوق ایران نیز می‌توان به موجب ماده ۱۰ ق.م.رای به اعتبار این قراردادها داد که موضوع آن تعهد به ترک فعل است.

۴- حمایت از اسرار تجاری در روابط غیر قراردادی

۴-۱- تدابیر حمایتی پس از خاتمه رابطه استخدامی

تدابیر و ملاحظاتاتی که دارنده اسرار تجاری باید پس از خروج مستخدم اتخاذ کند، یکی از عوامل مهم در راستای اعمال راهبردهای کلی در حمایت از اطلاعات محرمانه است؛ زیرا در اکثر موارد، سوءاستفاده یا افشای غیرمجاز اسرار از سوی مستخدمان سابق صورت می‌گیرد (Crawford, 1999). افزون بر این، چنین تمهیداتی، مسیر دارنده اسرار تجاری را در اثبات ادعایش، هنگام طرح دعوا علیه مستخدم سابق و کارفرمای جدید او هموار می‌سازد. مهم‌ترین تدابیر در این خصوص، ترتیب دادن مصاحبه خروج، اخطار به کارفرمای جدید و تماس با مشتریان و طرفهای قرارداد است که به شرح آنها می‌پردازیم.

۴-۱-۱- مصاحبه خروج

در مصاحبه خروج که هنگام پایان رابطه استخدامی صورت می‌گیرد، کارفرما تکلیف کلی مستخدم را به رازداری به او خاطرنشان ساخته (Womy, 2001, p 212) و تعهداتی را که وی ضمن قراردادهای محدود کننده در حفاظت از اسرار تجاری به عهده گرفته است، به او گوشزد می‌نماید (Horupiar, 2005). از مستخدم در طی مصاحبه خواسته می‌شود به ماهیت رازگونه اطلاعات دریافتی اذعان نماید و اگر نسخه ای از اطلاعات را در رایانه یا اسناد و اقلام خود دارد مسترد کند. علاوه بر این، در صورت امکان، از موقعیت شغلی جدید او پرسش می‌شود (Cole, 2005). این مصاحبه به کارفرما کمک می‌کند تا ارزیابی دقیقی نسبت به وضعیت مستخدم در خصوص میزان آگاهی وی از اسرار تجاری و حدود تعهد او به رازداری و موقعیت جدید شغلی‌اش داشته باشد که در جهت دهی به تدابیر آتی، به منظور حفظ اسرار، کمک شایانی می‌کند (Moses, 1997, p3).

۴-۱-۲- اخطار به کارفرمای جدید

چنانچه کارفرمای سابق دریابد که مستخدم قصد پیوستن به رقبای وی را دارد و یا پس از پیوستن او به کارفرمای جدید، می‌توان با ارسال اخطاری به کارفرمای جدید، آگاهی مستخدم از اسرار تجاری و تعهد وی به رازداری یا وجود قراردادهای محدودکننده را به کارفرمای جدید اعلام نماید تا مانع سوء استفاده کارفرمای جدید و مستخدم سابق از اسرار شود. با وجود این، اظهارات کارفرمای سابق نباید به نحوی باشد که اخلال عمدی در روابط قراردادی شمرده شود. در قضیه‌ای دادگاه اظهارنامه کارفرمای سابق را که حاوی ادعای وی مبنی بر سوءاستفاده مستخدم سابق از اسرار تجاری بود و سبب اخراج او توسط کارفرمای جدید شده بود، به سبب عدم اثبات موضوع مصداق اخلال عمدی در روابط قراردادی دانست (Pouglas & Beckett, 2006, p 5).

البته این امر به عهده کارفرمای جدید نیز هست که وضعیت مستخدم را در مصاحبه ورودی بررسی کند و اگر دریافت که مستخدم از اسرار تجاری متعلق به کارفرمای سابق خود مطلع است، به وی اخطار کند تا در موقعیت جدید خود از آنها استفاده نکند (Gutterman & Cohen, 1998, p 131).

۴-۱-۳- تماس با مشتریان و طرفهای قراردادی

رابطه صاحبان تجارت با مشتریان خود، نقشی اساسی در حیات تجاری آنها دارد و از همین روست که فهرست مشتریان مخفی نگاه داشته می‌شود. علاوه بر این، مستخدم ممکن است اطلاعاتی از برخی طرفهای قرارداد داشته باشد که کارفرما منفعت خود را در پنهان نگاه داشتن هویت آنها می‌بیند. به همین جهت، کارفرما پس از خروج مستخدم باید با آنها به هر وسیله ممکن، تماس حاصل کند و عدم همکاری خود با مستخدم را به اطلاع ایشان برساند (Schwab, 2001, p 62).

۴-۲- تکلیف به حفظ اسرار تجاری

وضعیت مستخدم سابق نیز به همین ترتیب است و با پایان رابطه استخدامی، تعهد به وفاداری مستخدم، موضوعیت نخواهد داشت و از این منظر، دیگر تعهدی به رازداری قابل توجیه نیست؛ امری که دادگاهها نیز بدان توجه دارند (Minnetech & Dpuss, 1996). تقریباً هیچ قاعده عمومی، جز وجود قراردادهای محدود کننده، وجود ندارد که مستخدم را از رقابت با کارفرمای سابق خود منع کند و وی می‌تواند از تخصص و دانش خود در موقعیت شغلی جدیدش بهره مند شود؛ با وجود این، نوع رابطه ای که میان کارفرما و مستخدم وجود داشته و شرایطی که طی آن کارفرمای سابق، اسرار تجاری را در اختیار او نهاد است، وی را حتی پس از خاتمه قرارداد استخدامی نیز متعهد به حفظ اسرار و عدم استفاده از آنها می‌نماید (Wipo, 2008, p 752).

مستخدم به هیچ طریقی، حق نگهداری و استفاده از اسرار تجاری را ندارد؛ از این رو، علی‌رغم آنکه می‌تواند از مهارت و دانش خود استفاده کند، اما نمی‌تواند از طریق سپردن اسرار تجاری به حافظه خود، مدعی شود که چون اطلاعات جزء دانسته-های شخصی او بوده که در اثر مداومت در کار به دست آمده است احق استفاده از آنها را دارد. برای مثال، مستخدم نمی‌تواند فهرست مشتریان یا طرفهای عمده قرارداد را به ذهن بسپارد تا پس از جدایی از کارفرما، به برقراری ارتباط با آنها بپردازد. زیرا تفاوتی میان نسخه‌برداری عادی یا به خاطر سپاری اطلاعات وجود ندارد (Mann & Roberts, 2008, p 808).

۴-۳- اجتناب ناپذیر بودن افشای اسرار

طرفداران اعمال نظریه نیز با طرح موضوعاتی چون لزوم حمایت از سرمایه‌گذاری در زمینه تربیت نیروی انسانی و اسرار تجاری، به دفاع از نظریه پرداخته‌اند، اما با ارائه معیارهایی که در ادامه به آنها می‌پردازیم، سعی در تعدیل و ضابطه‌مند کردن اعمال نظریه دارند.

۱. دسترسی مستخدم به اسرار تجاری. کارفرمای سابق نمی‌تواند هر مستخدمی را با اعمال نظریه از همکاری با رقبا منع سازد بلکه تنها کارکنانی که از اسرار تجاری وی اطلاع داشته‌اند و یا از آنها استفاده می‌کرده‌اند، مشمول نظریه می‌شوند. برخی معتقدند تنها مستخدمانی که از اسرار علمی و فنی و دستورالعمل تولید محصولات اطلاع دارند مشمول نظریه‌اند، یعنی اطلاعاتی که نوبتاً برای مدت زیادی سری باقی می‌مانند (Lajoux & Elson, 2008, p 448). اما دادگاههایی که اعمال نظریه را پذیرفته‌اند از این حیث، میان انواع اسرار تمایزی قائل نشده‌اند (Inevitable Disclosure, 2004, p 166).

۲. مشابهت موقعیت جدید و سابق مستخدم. برای اعمال نظریه، صرف بیم از استفاده غیرمجاز از اسرار تجاری کافی نیست، بلکه دارنده راز باید شواهدی ارائه نماید که منجر به این ظن معقول شده است که موقعیت جدید شغلی مستخدم، به افشای اجتناب ناپذیر اسرار منتهی می‌شود. شاید مهم‌ترین دلیلی که دارنده در این خصوص می‌تواند به آن استناد جوید، مشابهت میان موقعیت جدید و سابق مستخدم است. اگر شرکت جدیدی که مستخدم به آن وارد شده است بخشهای مختلفی داشته باشد، اما مستخدم درست در موقعیتی به خدمت گرفته شده باشد که مرتبط با اسرار تجاری دارنده است، دادگاه متقاعد خواهد شد که احتمال متعارفی بر افشای اجتناب ناپذیر اطلاعات محرمانه می‌رود (Nottonson, 2002, p 235).

۳. وجود سوء نیت، کارفرما باید شواهدی ارائه دهد که نشان دهد شکل‌گیری رابطه استخدامی جدید، با نوعی سوء نیت همراه بوده است؛ مثلاً مستخدم اسناد محرمانه ای را با خود از شرکت برده یا کارفرمای جدید، وی را در زمانی که هنوز در استخدام او بوده به خدمت گرفته است (Steingold, 2012, p 58). در رخدادهای Double Click Henderson 1999 برخی از کارکنان که از طرح محرمانه شرکت در عرصه فعالیت تبلیغات اینترنتی، مطلع بودند شرکت رقیبی برای فعالیت در همین زمینه، تشکیل دادند و وقتی «دابل کلیک» از مقصود این مستخدمان آگاه شد، اقدام به اخراج آنها نمود. با ضبط رایانه‌های همراه آنها مشخص شد که جزئیات اسرار تجاری، در خصوص طرح جدید بر روی دیسک سخت آنها ذخیره شده است. دادگاه با توجه به احراز سوءنیت مستخدمان، نظریه را اعمال و مانع از فعالیت ایشان شد (Anderson, 2002). در مقابل، برخی

دیگر از محام به عنصر سوء نیت به عنوان عاملی فرعی می‌نگرند و به درستی معتقدند که، صرف اجتناب‌ناپذیر بودن افشای اسرار تجاری، برای اعمال نظریه کافی است، حتی اگر مستخدم شرافتمندانه عمل کرده باشد. به طور کلی باید گفت حدود اعتبار مولفه‌های اجزای قاعده هنوز به یقین روشن نیست و همین امر برخورد دادگاهها با این موضوع را تا حدودی غیرقابل پیش‌بینی نموده است (Hamler, 2000, p 397).

نتیجه گیری

حقوق اسرار تجاری قلمرویی وسیع است که در عرصه حمایت از مالکیت‌های فکری و تضمین رقابت منصفانه، نقشی فعال بر عهده دارد. علی‌رغم اختلافات تعبیری در مفهوم اسرار تجاری و حدود مرزهای آن، عناصری که اسرار تجاری متضمن آنها بوده و کم و بیش نیز مورد اتفاق حقوقدانان قرار گرفته عبارت‌اند از آنکه راز تجاری ماهیتا اطلاعاتی است که ارزش تجاری بالقوه یا بالفعلی دارد به سبب آنکه واجد وصف محرمانگی است و دارنده تدابیر متعارفی در حفظ محرمانگی آن و رازپوشی ترتیب می‌دهد، به نحوی که اطلاعات محرمانه مذکور برای دیگران به سادگی قابل اجرا و دستیابی نمی‌باشد. قواعد کنونی حمایت از اسرار تجاری در موقعیتهای و روابط مختلف، آنچنان قوام یافته است که حقوق دارنده اطلاعات محرمانه را به نحو مطلوب و شایسته ای تضمین می‌کند. همین امر سبب افزایش سطح اعتماد به قواعد حقوق اسرار تجاری شده و گسترش رویه‌های رقابتی مشروع را در پی داشته و به طور کلی مدیریت فعالیت‌های تجاری را سهولت بیشتری بخشیده است.

در روابط قراردادی و حتی به تعبیری فراقاردادی، همواره دریافت‌کننده اسرار تجاری را مکلف به نگاهداری اطلاعات محرمانه و استفاده از آن مطابق ضوابط تعیین شده می‌نماید که نتیجه عدم تقید به این تعهدات، تحقق مسئولیت وی خواهد بود. قراردادهای رقابتی و مشخصاً قراردادهای عدم رقابت و عدم ترغیب و رازداری، در تعیین چهارچوبهای حمایتی از اسرار تجاری، قابلیت‌های ویژه ای دارند که همین امر، انعقاد این قبیل قراردادها و بهره‌گیری از ضمانت‌های اجرایی خاص آنها را در حفاظت از اطلاعات محرمانه تجاری، به امری معمول مبدل نمود است. به طور کلی، حمایت از اسرار تجاری در رابطه میان کارفرما و مستخدم اهمیت خاصی دارد؛ زیرا در غالب موارد، اطلاعات محرمانه کارفرما بنا به اقتضات معمول، در اختیار مستخدم قرار می‌گیرد که پس از پایان رابطه استخدامی و جدایی مستخدم، مسائل عمده ای را میان طرفین در خصوص سوء استفاده از رازهای تجاری مطرح می‌سازد. حجم عمده ای از دعاوی اسرار تجاری، اختصاص به اختلافاتی از این دست دارد و محاکم نیز در این راه از هر تمهیدی برای جلوگیری از تجاوز به رازهای تجاری بهره می‌برند. یکی از این ابزارهای نوین، نظریه ی افشای اجتناب‌ناپذیر است که تحولات مثبتی را در توسعه قواعد حمایتی از اسرار تجاری ایجاد نموده است.

اهمیت روز افزون حقوق اسرار تجاری، غالب کشورهای پیشرفته و در حال توسعه را به سمت تعیین قواعد حقوقی و قوانین خاص ناظر به اسرار تجاری سوق داده است. اما در ایران که در مسیر توسعه پایدار اقتصادی و خصوصی سازی، گام‌های نخستین را بر می‌دارد. هنوز نظام حقوقی به بسترسازی لازم در این زمینه نپرداخته و قواعد شایسته ای که نوری بر تاریکی جنبه‌های مبهم این موضوع بیفکند، پیش‌بینی نکرده است؛ امری که نه تنها به عدم شناخت بنگاهها و واحدهای تجاری داخلی از حقوق خود، به خصوص در حفاظت از اطلاعات محرمانه رقابتی، دامن می‌زند بلکه بر سطح و نحوه تعاملات تجاری بین‌المللی ایران نیز اثر منفی بر جای می‌گذارد. بر این اساس، وضع قانونی جامع که ناظر بر ابعاد مختلف اسرار تجاری باشد، جز آنکه ضروری می‌نماید، بی‌تردید می‌تواند بنیانهای تجاری و رقابتی را استوارتر ساخته، مجالی هرچند اندک برای بالندگی اخلاق تجاری فراهم آورد.

پیشنهادات

روشهایی که جهت حفظ اسرار تجاری وجود دارند به قرار ذیل می‌باشند:

(۱) ایجاد امنیت فیزیکی و معقول به نحوی که دسترسی افراد غیر مجاز به اسرار تجاری و سرقت آنها را ناممکن گرداند.

۲) انعقاد قرارداد عدم افشاء با اشخاصی که بصورت مجاز و در حد لازم به اسرار تجاری دسترسی دارند. ولی بایستی متعهد شوند تا از افشاء آن و جاسوسی صنعتی و تجاری خودداری کنند.

مراجع

۱. رهبری، ابراهیم (۱۳۹۲)، حقوق اسرار تجاری، انتشارات سمت، چاپ دوم
2. Anderson, T, (2002), **Judicial Decisions**, Security Management, v.46, I.8.
3. Augustini, J, (1995), **From Gold Fingers to Butter Fingers**, Law and policy in international Business, v.26, I.2
4. Cline, S. M. & Floyed. M. C., (2006), **Managing of Confidential Relationship in Intellectual Property Transactions: Use Restrictions**, Residual Knowledge Clauses and Trade Secrets, The Review Litigation, V.25, N.2
5. Cole. C, (2005), **putting secrets in your Trade Secrets**, www.sheedhan.com / publications/html.
6. Crawford, K. S, (1999), **Post Employment consideration**, www.hibrary.findlaw/99/sep/4/12093/html
7. Dennis, A, (2005), **Succession-Planning do and Doesn't: who will Take Over When You're Ready to Retire?**, Journal of Accountancy, v.200, I.2
8. Dilliou, S. A; Filpatric W. N., (2005), **strategic Alliances and Management of Intellectual Property: The Art of Contract**, SAM Advanced Management Journal, V.70, I.3
9. Epstein. M. A. (2008), **Epstein on Intellectual Property, Product Line: Wolters Kluwer Legal & Regulatory U.S.**
10. Finch, G. A, (2006), **Getting what you Bargain for in Non-compete Agreement**, www.michaelbest.com/ vesources/publications/1827/pdf
11. Fishman. S & Stim. R. (2001), **Nondisclosure Agreement Protect Your Trade Secrets and More The plain-English legal information & forms you need to safeguard your business interests.**
12. Gesmer L. t., (2000), **Protection of Trade Secret in Computer Industry**, Available at <http://www.gesmer.com/news/protection-of-trade-secrets-in-the-computer-industry>.
13. Gutterman. A. S., Cohen J, (1998), **Trade secrets, protection and Exploitation**, Bureau of National Affairs.
14. Hall, W. E., (1997), **more than Golden Hand Cuffs**, Journal of Accountancy, v.184, I.5
15. Hamler, N. (2000), **The impending Merger of inevitable Disclosure Doctrine and Negative Trade Secrets**, the Journal of Corporation Law, Vol. 25, No. 2.
16. Holligan, M, **What is Trade Secret? Trade Secrets Audits**, Part1; www.execpc.com/mholligan/what is/html
17. Horupiar. G, (2005), **trade secrets: protect trade secrets when employees terminate**, www.lovman.com/ newsletters/article/html.
18. Knox, T. W., (2004), **How Noncompete Agreement Works?**, https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/non-competes_report_final2.pdf
19. Lajoux, A, Elson, C. (2008), **The Art of Due Diligence**, <http://www.google.com/url?q=https://lib.lhu.edu.vn/ViewFile/10549&sa=U&ved=0ahUKEwj38LX8JLUAhXQZlAKHRMoBb4QFggjMAI&sig2=MA09oUnSpwr2RUQxMiYthA&usg=AFQjCNH4VQff04578uDj8iqkgPHYf4vqjg>.
20. Lake, R. C., (1995), **Strategic Planning for Protection of Business Information**, Journal of Managerial Issue, v.7, 1.3.
21. Leibovitz, J. S., (2002), **inventing a Nonexclusive Patent System**, The Yale Law Journal, Vol. 111, No. 8, pp. 2251-2287
22. Lutzeker, A, (2012), **Content Rights for Creative Professionals**, Publisher's Note: Transferred to Taylor & Francis as of 2012, ISBN: 978-0-240-80484-2

23. Mann. R. A. & Roberts. B. S. Smith & Roberson's, (2008), **Business Law**, http://landingbook.co/by_richard_a_mann_smith_and_robersons_business_law_16th_edition.pdf
24. Miles, A. M., (1998), **ERISA Section-104(b)d: what Documents Do Employees Have a Right to Demand From Their Employers**, William & Mary Law Review, V.39,I.5,
25. Minnetech. C & V. Dpuss. H. (1996), www.mnbar.org/mipla/Jury/4-95-954/html.
26. Moses, Barbara et al, (1997), **measures to prevent Trade Secrets Theft**, www.magis law.com/article/morvillo/pdf
27. Nottonson, iran., **Ultimate Guide to Buying or Selling a Business**
28. Paulson, E, (2003). **The Complete Idiot's Guide to Starting Your Own Business**.
29. Paulson. E, (2012), **The Complete Idiot's Guide to Starting Your Own Business**, ISBN:9781615641512
30. Pougla. D. E. & Beckett. J, (2006), **Protecting Trade Secrets**, [aa:www.fbm.com/docs/publhcatons/pdf](http://www.fbm.com/docs/publhcatons/pdf)
31. Resenberg, D. E., A (2002), **Manager's Guide to Hiring the Best person for Every Job**.
32. Roger. L. M & Jentz G. A., (2005), **Business Law Today**, Standard Edition 37.
33. Rose. A, (2002), **inevitable Disclosure May protect Confidential Information**. www.bizsJournals.com/ablany/stories/focus2/html.
34. Rosen, R. A., (2000), **Settlement Agreements in Commercial Disputes**, Drafting & Enforcement, Issue 1.
35. Roush. C, (2011), **Show Me the Money**, Routledge, Edition: 2nd, ISBN: 9781136946998
36. Rudwicz, F. E., (2002), **Till Termination Do us Part: Information Protection Starts and Ends with Employee Buy-in and Controls**, Security Management, V.46, I.10
37. Samli, A. C. & Laurence. J, (2003), **Counteracting Global Industrial Espionage: A Damage Control Strategy**. Business and Society Review, Vol. 108, pp. 95-113. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=388193>
38. Schwab. J. (2001), **How to Protect Trade Secrets in Black and White**, Buchanan Ingersoll Professional Corporation; 2 edition.
39. Steingold, F, (2012), **The complete Guide to Selling a Business**. <http://www.steeleslaw.co.uk/publications/Guide%20to%20Buying%20or%20Selling%20a%20Business.pdf>
40. Sugarman, S. D, (1991), **A Restatement of torts**, A, 44 Stan. L. Rev. 1163, Available at: <http://scholarship.law.berkeley.edu/facpubs/1004>.
41. **The Fifth Amendment of United States Constitution (Rights of Persons)**, <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/GPO-CONAN-1992/pdf/GPO-CONAN-1992-10-6.pdf>.
42. **The Restatement of unfair competition**, United States of America, (1995), http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=194018
43. **The Uniform Trade Secrets Act of United States of America**, (1985), http://www.uniformlaws.org/shared/docs/trade%20secrets/utsa_final_85.pdf
44. W. N., (2001), **How to Help Your Client's Business Win Venture Capital**, Journal of Accountancy, V.191,I.2,
45. **Wipo, intellectual property Handbook**, No. 489 (E), Second Edition, ISBN 978-92-805-1291-5. Reprinted 2008, http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf
46. Yeh, Brain T., (2014), **Protection of trade secrets: overview of current law and legislation**, congressional research service, September 5, , <https://fas.org/sgp/crs/secretcy/R43714.pdf>