

## НОУ-ХАУ: СЪЩНОСТ И ОСНОВНИ ПАРАМЕТРИ

Разгледано е понятието ноу-хау, неговото възникване, обект и обхват. Подчертано е, че той е самостоятелен обект на интелектуална собственост. Анализирани са съдържанието на ноу-хау (знания, умения, опит), същностните му параметри (отсъствие на правна закрива, секретен характер, икономическа ценност, практическа приложимост на ноу-хау), формите му на съществуване - като писана документация, практически опит, във вид на предмети.

Разкрито е приложното поле на ноу-хау - техническо и управленско-икономическо, и са посочени начините на неговото предаване - чрез необходимата документация и/или чрез обучение. Обърнато е внимание и на неправомерното присвояване на ноу-хау.

JEL: O34; D45

На основата на ноу-хау се създават цели производства, както и вериги от хотели, ресторанти и фирми за услуги със световноизвестни имена. С ноу-хау се търгува в целия свят. За него се говори много, но същност не се знае достатъчно, а това е особено важно на сегашния етап от развитието на нашата икономика.

### Относно понятието ноу-хау

Терминът "ноу-хау" възниква в практиката. Първоначално в лицензионните съглашения се включват условия, предвиждащи наред с предоставянето на изобретението като обект на лицензионния договор и предаването на технически знания и опит (ноу-хау), необходими за производственото му осъществяване. Ролята на ноу-хау в тези сделки е дотолкова голяма, че купуването на лицензия за патентно защитен обект без купуването на необходимите във връзка с това знания и опит по същество обрича сделката или на големи затруднения при внедряването на обекта, или на невъзможност изобщо той промишлено да се усвои.

С развитието на науката и техниката значението на предаването на такава информация нараства толкова много, че ноу-хау се обособява от патентованото изобретение и се превръща в самостоятелен обект на лицензионни съглашения. Сега в повече от 80% от сключените лицензионни договори ноу-хау е или самостоятелен обект (около 30%), или се осъществява едновременно предаване на патентни права и технически знания и опит (около 50% от всички лицензионни сделки). За отделните държави обаче това съотношение е различно - колкото по-ниско е технологичното равнище на производството, толкова по-голям е относителният дял на закупуването ноу-хау в лицензионните сделки.

За първи път терминът ноу-хау (Know how) е употребен в юридическата практика през 1916 г. в съдебен процес в САЩ в иска на Дюранд срещу Браун. Неговият произход е северноамерикански и е възприет в говоримия език през 1943 г., а през 1953 г. е въведен официално в писмения английски език. Ноу-хау (зная как) е съкращение от израза "I know how to do it", което в превод означава

“зная как да се направи това”.<sup>1</sup> С този термин се обозначават, най-общо казано, *практически приложими знания и опит, които са фирмена тайна*.

Макар че понятието ноу-хау е породено и употребявано в практиката още в началото на миналия век, с появата му в официалния език през 50-те години възниква дългогодишен спор за неговото съдържание и обхват. За това понятие започват да се дават най-различни определения и значения като: “производствен опит и знания”; “производствени секрети”; “техническа рецепта”; “фирмени тайни” и “фирмени секрети”; “знания и умения на изработка”; “секретни начини и формули на производство”; “особен вид сведения” и др.

За съжаление и сега по отношение на обема и съдържанието на ноу-хау не е възприето единно определение от специалистите в тази област дори в рамките на една държава. Например в съставен от юристи от 22 страни и публикуван в САЩ труд определено се посочва, че “точно и общоприето понятие за ноу-хау не съществува”.<sup>2</sup> Становищата, застъпвани през 60-те и 70-те години, са противоречиви, като тезите варират от едната крайност - на стесняване обхвата на ноу-хау само до “имащи материална ценност, но неможещи да бъдат защитени секретни знания в промишлеността”,<sup>3</sup> до по-широкото му тълкуване като “знания от технически, търговски и производствено-икономически характер, които освен до производството се отнасят и до организацията и управлението на дейност или производство и имат секретен характер”.<sup>4</sup>

В препоръките, приети от авторитетната специализирана организация AIPPI в Мелбърн през 1974 г., се дава следното определение за ноу-хау: “знания и практически опит от технически, търговски, управленски, финансов или друг характер, които са практически приложими в производството и професионалната практика”.<sup>5</sup> Както се вижда, в случая се възприема един широк обхват на ноу-хау, като освен “знанията” в него се включва и “практическият опит” и се посочва, че може да бъде както от технически, така и от организационно-икономически характер. Посочва се и друго изискване към ноу-хау - практическата му приложимост. В същото време обаче в определението не фигурират две специфични за него изисквания:

---

<sup>1</sup> Вж. *Мухопад, В. И.* Лицензионная торговля: маркетинг, ценообразование, управление. М., 1997, с. 163; *Иванчев, Б., И. Ласков.* Ноу-хау. БТПП, 1971, с. 13.

<sup>2</sup> *Вачевский, М. В., Р. И. Сысин, В. И. Коваленко.* Патентно-лицензионная работа на промышленном предприятии. Минск, 1981, с. 132.

<sup>3</sup> *Bohme.* Die Besteuerung des know-how. Munchen - Berlin, 1967, p. 19-20.

<sup>4</sup> *Finger.* GRUR, 1970, p. 3.

<sup>5</sup> AIPPI (Ай Пи Пи - Международна организация за закрила на индустриалната собственост). Executive Committee and Council of President's Meetings in Melbourne. 24.02. - 2.03.1974, p. 104-106.

отсъствието на правна закрила и изискването знанието или практическият опит да не са общоизвестни.

След като продължи повече от 40 години, дискусията около възприемането на единно определение измени своята насока, като вместо неуспешния стремеж за изработването на строга дефиниция беше възприет по-верният подход ноу-хау да се опише чрез присъщите му параметри, които го характеризират и обособяват като самостоятелен обект на интелектуална собственост.

### Съдържание на ноу-хау

Както посочихме, по отношение на обхвата и съдържанието на ноу-хау няма общовъзприето определение в света или в отделна държава. Многократно са правени опити да се даде такова определение, но никое от тях не можа да обхване изцяло и да отрази напълно неговата специфика. За тази цел е необходимо то да се опише, като първият въпрос, на който трябва да се даде отговор, е какво е съдържанието на понятието ноу-хау. Сред специалистите няма спор, че първият елемент на съдържанието са “знания”. Някои от тях обаче изчерпват с този елемент изцяло съдържанието на ноу-хау, докато други добавят към “знанията” и “производствения опит”, а трети включват и “уменията”. Именно тези различия дават основания да се говори за “тясно” или за “широко” тълкуване на това понятие. Налаганата през последното десетилетие тенденция сред все по-голям кръг от специалисти е към възприемането на ноу-хау в най-широк смисъл, като в неговия съдържателен обхват се включват: *знания; умения;<sup>6</sup> опит.*

*Ноу-хау може да бъде съвкупност от знания, умения и опит или само едно от тях, при това няма значение по какъв начин са придобити те.*

В исторически план ноу-хау възниква на основата изключително на емпириката, а твърде често и като “случайно” получени знания в хода на практическата дейност. Постепенно обаче с развитието на науката практиката относително стеснява своя обхват като източник на ноу-хау за сметка на разширяване обхвата на изследователските разработки. Така че сега знанията, уменията и опитът, съставляващи съдържанието на ноу-хау, могат да бъдат резултат от:

- провеждани целенасочени изследователски разработки;
- странични резултати на провеждани с друга цел изследвания;

---

<sup>6</sup> В зависимост от смисъла, който се влага в понятията, значителна част от специалистите в областта на ноу-хау разглеждат “уменията” като съставна част на “опита”. В случая те са изведени само за да се подчертае значението им.

Ноу-хау: същност и основни параметри

- осмислена практика вследствие на дългогодишно упражняване на определен вид дейност.

Наред с тези стандартни източници на ноу-хау не трябва да се изключват и “щастливите случайности” във всекидневната изследователска и практическа дейност.

### **Същностни параметри на ноу-хау**

Въз основа на казаното дотук в най-общ работен вид можем да определим ноу-хау като знания, умения и опит в областта на производството, икономиката и управлението. За да бъдат ноу-хау обаче, тези знания, умения и опит трябва да отговарят на определени условия, които са същностните параметри, характеризиращи ноу-хау като обект на интелектуална собственост, а именно: *отсъствие на правна закрила върху него; секретен характер; икономическа ценност; практическа приложимост.*

#### *Отсъствие на правна закрила върху ноу-хау*

Най-характерният параметър е свързан с факта, че в нито един закон под каквато и да е форма ноу-хау не получава юридическа закрила. Докато за всички останали обекти на интелектуална собственост се създават специални закони за закрилата им, то за ноу-хау такива няма. Казано с други думи, върху ноу-хау не може да се установи собственост по юридически начин по аналогия с изключителното право и “юридическия монопол” върху другите обекти на интелектуална собственост. Или ако “нещо” бъде защитено по законов път, то това “нещо” не е ноу-хау. В българското законодателство също няма специална законова закрила на ноу-хау, каквато е налице за другите обекти на интелектуална собственост.

#### *Конфиденциален характер на ноу-хау*

Отсъствието на правна закрила върху ноу-хау означава, че собственикът на знания умения и опит, за да ги защити от неправомерно използване от други лица, разполага с едно-единствено средство и то е да ги запази в тайна. Това е и вторият характерен параметър за ноу-хау - то има конфиденциален характер и е *фирмена тайна*. Ако за другите обекти на интелектуална собственост на основата на специални закони за закрила собственикът получава “юридически монопол” върху използването им, то понеже ноу-хау няма правна закрила, единственият начин да се използва монополно и да се извлече печалба от него е притежателят му да установи “фактически монопол” чрез запазването му в тайна.

Тази секретност обаче не е абсолютна. Тя има *относителен* характер и се отнася преди всичко за потенциалния купувач на ноу-хау. Ноу-хау може да е известен на няколко фирми, но доколкото неговото използване им дава определени предимства пред останалите конкуренти, запазването му в тайна от тях е необходимо условие и за запазване на получените предимства. Секретността в този смисъл повишава икономическата ценност на

придобитите производствени знания и опит. Ноу-хау, широко използван в промишлено развитите страни, може да е "секрет" за фирмите от развиващите се държави, и т. н. При всички случаи обаче, за да се реализира икономически, ноу-хау не трябва да бъде общоизвестен. Така че неговата секретност трябва да се разбира в смисъл, че това знание не е общоизвестно и че който го получи, ще получи и икономически предимства пред конкурентите. Общозвестността на знанието го лишава от икономическа стойност като обект на покупко-продажба.

Секретността на ноу-хау е относителна и от друга гледна точка. Една фирма може по законен път сама да придобие необходимото ѝ ноу-хау, например чрез провеждане на съответните изследователски разработки или по пътя на натрупването на практически опит и т.н. Но за целта ще е нужно изразходване на значително време и средства, което от своя страна предопределя интереса към получаването на вече готовия опит и знания чрез закупуване на лицензия за ноу-хау. В този смисъл "секретността" на ноу-хау се изразява в неговата "трудностъпност" за трети лица, които не го притежават и трябва да вложат значителни усилия, за да го постигнат сами.

#### *Икономическа ценност на ноу-хау*

Независимо дали е съвкупност от знания, умения и опит, или съдържа само един от тези елементи, фирменото ноу-хау трябва да е икономическа ценност за своя притежател. Тази ценност може да намира най-различни форми на проявление - например по-висока производителност на труда, съкращаване на разходите, намаляване на брака, оптимизация на управленските структури, повишаване на квалификация и т.н., но в крайна сметка всички те се концентрират в получаването на определено икономическо предимство спрямо конкурентите, което може да се запази и за в бъдеще само когато върху ноу-хау има установен фактически монопол чрез съхраняването му в тайна. Именно икономическата ценност на ноу-хау е основанието за запазването му в тайна от конкурентите. Икономически нелогично е да се превръща във фирмена тайна една безполезна информация.

#### *Практическа приложимост на ноу-хау*

Знанията, влизащи в ноу-хау, не могат да бъдат абстрактни или хипотетични, а уменията или опитът да са умения и опит въобще. За да бъдат ноу-хау, дадени знания, умения или опит трябва винаги да имат *конкретно приложен* характер, да са свързани с конкретно изобретение, с определено производство, с дадено изделие или дейност и т.н.

Нещо повече, тези конкретни опит, умения и знания, представляващи икономическа ценност, изискват наличието на определени научни знания и технически възможности у техния притежател, за да бъдат използвани. В този смисъл е безполезна да се закупува лицензия за ноу-хау, ако купувачът няма технически и професионални възможности да усвои и приложи получените знания или опит.

### **Форми на съществуване на ноу-хау**

Ноу-хау съществува под *три основни форми*: като писана документация, като практически опит и във вид на предмети.

#### *Писана документация*

Всъщност ноу-хау е информация, която най-често е изложена в различни по вид писмени документи. Писаната документация е *основната форма* на съществуване на ноу-хау. Тя може да съдържа: технически или технологични данни, формули, изчисления, чертежи, схеми, описания на патентно незащитени изобретения, инструкции, правила, процедури, пояснения относно конструкции, производство или използване на изделие или на производствен процес, технически предписания, допълнителни пояснения към патента, сведения по отношение на организацията на работата, изисквания, предявявани към сградите, разположение на оборудването и производствения поток, системи за квалификация на персонала, икономически и финансови разчети, всякакви методики, организационни структури за управление и др.

#### *Практически опит*

Практическият опит е натрупан и осмислен опит в резултат от дългогодишно упражняване на определен вид производство или дейност. Той най-често е производствен опит в най-широкия смисъл на това понятие, изразяващ се в производствени навици, умения или практически производствени съвети, като през последните години все повече нараства делът на опита в управлението и в икономиката. Практическият опит може да е и личен, но по-често се среща като опит на колектив или съвкупност от опита на група от специалисти, обединени около едно производство или дейност. Практическият опит е типичен обект на лицензионните договори за ноу-хау, свързани с обучението на кадри.

#### *Предмети*

Тази форма на съществуване на ноу-хау се среща сравнително по-рядко. Най-често това са различни катализатори, вещества, образци на изделия, непатентовани промишлени образци, машини, уреди, резервни части, инструменти, приспособления и др.

### **Приложно поле на ноу-хау**

Приложното поле определя и характера на знанията, уменията и опита, съставляващи съдържанието на ноу-хау. Исторически той възниква в *производството*, което за дълги години остава негово основно приложно поле. Съответно на това характерът на знанията, уменията и опита, съставляващи ноу-хау, са имали предимно, ако не и изцяло *технически* характер. Не случайно най-краткото и разпространено определение за ноу-хау е дадено с израза "производствени секрети". Техническият характер му се подсилва и от неговото тясно обвързване с патентованите изобретения и тяхното лицензиране за един доста дълъг исторически период.

Постепенно обаче производството започва да се разглежда като приложение в индустрията въобще, при това в разширеното тълкуване, което дава Парижката конвенция на обхвата на индустрията, включваща не само промишлеността, но и селското стопанство, търговията и всички сфери, в които се използват индустриални методи за производство. Нещо повече, специфични знания, умения и опит започват да се появяват и тяхното използване да носи определени предимства за притежателя им не само по отношение на производството и техниката, но и в областта на управлението на производството или на друг вид дейност, на икономиката и финансите, на търговията и т.н.

Така приложното поле на ноу-хау излиза от тесните рамки само на производството и на практика бързо се разпространява във всички сфери на икономиката и управлението. По този начин освен традиционното ноу-хау от технически характер се появява управленско, икономическо, финансово, търговско ноу-хау и т.н. В крайна сметка в зависимост от приложното си поле и от своя характер ноу-хау се подразделя на две големи групи: от технически и от управленско-икономически характер.

Във втората група се включват и всички относително обособени, но икономически по своята същност дейности като финанси и съответно "финансово ноу-хау", търговия и "търговско ноу-хау"<sup>7</sup> и т.н.

#### *Техническо ноу-хау*

В най-общ вид то представлява техническа информация, производствени умения и производствен опит. Тази техническа информация обаче има своите конкретни форми на съществуване, като в повечето случаи това са непатентовани изобретения и полезни модели или информация, свързана с тези обекти на интелектуална собственост независимо от наличието или не на патентна закрила, както и други технически нововъведения.

Основните обекти, които се отнасят към техническото ноу-хау, са:

- *Изобретения или полезни модели, които могат да бъдат патентно защитени*, но фирмата предпочита да не ги патентова, а да ги пази в тайна. Причините за такъв отказ от патентна закрила и за умишлено запазване в тайна на изобретението обикновено са две.

Първата е свързана с възможността икономически изгодният срок за използване на изобретението значително да превишава срока на действие на патента. Типичен пример за такъв случай е запазването в тайна на производството

---

<sup>7</sup> Понятието "търговско ноу-хау" се среща често в специализираната литература. В значението си на български език обаче то в много от случаите трябва да се разбира не толкова като "ноу-хау в областта на търговията", а по-скоро като "ноу-хау на търговеца", т.е. на субекта, осъществяващ стопанска дейност, или, казано по друг начин - на фирмата.

на "Кока Кола". Нека за момент да си представим, че компанията не беше съхранила в тайна своето производство, а го беше патентовала. Дори да беше получила патент във всички страни по света, имащи патентно законодателство, пак остават държави, които не са приели патентни закони и на чиито територии на базата на вече разкритата информация в патента, издаден в друга държава, би могло да се организира съвсем законно производство. При това на всички територии, където е получила патент, фирмата щеше да бъде монополист само за срока на неговото действие. След изтичането на този срок, а това означава най-много след 20 години, всеки би могъл свободно да използва производството, което фирмата трябва да разкрие в патента. Запазвайки в тайна производството на продукта, "Кока Кола" си осигури над стогодишно монополно положение на световния пазар, което ще продължава, докато напитката се търси и тайната е запазена.

Втората причина е налице, когато използването на едно изобретение от други производители не се поддава на контрол от страна на патенто-притежателя.<sup>8</sup> Патентоването на такова изобретение не само в чужбина, но и в страната е безсмислено и единственият начин да се извлече неговият икономически потенциал е запазването му в тайна, т.е. превръщането му във фирмено ноу-хау.

• *Изобретения и полезни модели, които съобразно националното законодателство не могат да се защитят патентно.* Всяко национално законодателство въвежда свои ограничения за кръга от обекти, за които може да се получи патент за изобретение или полезен модел. Например лекарствените средства в някои държави са патентнозащитими, но в други не са. При това все още повечето страни в света не са възприели патентната закрила на полезните модели, така че във всичките случаи на невъзможност да се получи такава закрила единствената разумна алтернатива за експлоатация на икономическия потенциал на изобретението или полезния модел е неговото засекретяване и превръщане във фирмено ноу-хау.

• *Информация, свързана с патентнозащитими изобретения или полезни модели,* която сама по себе си не може да се патентова, но без нея осъществяването на изобретението или е невъзможно, или предполага голям разход на средства и време. Типичен пример за такава информация са нарочните пропуски в немските патенти, получени от германските фирми в САЩ в навечерието на Втората световна война. С около 2000 патента германците успяват да блокират и в буквалния смисъл на думата да поставят на колене американската химическа промишленост. След като САЩ влизат във войната, действието на немските патенти е анулирано и американските фирми решават да усвоят по-важните производства - например технологията на производство на синтетичен бензин, на синтетичен каучук и др. Тогава обаче в резултат на тази съзнателно пропусната информация в

---

<sup>8</sup> Вж. по- подробно: *Борисов, Б.* Интелектуална собственост. С., УИ "Стопанство", 1999, с. 100.



немските патенти възниква проблем, който един от директорите на “Дюпон де Немур” образно обяснява по следния начин: “Вероятно ние изхарчихме повече пари и време да разгадаем немските патенти, отколкото те да ги създадат.” След този пример лесно може да си представим в какво положение би изпаднала всяка фирма, ако закупи лицензия за подобен патент, без да закупи и допълнителната информация като ноу-хау.

- *Друга научно-техническа информация*, която не се отнася до конкретно изобретение, но дава определени положителни резултати при използване. Тук могат да се отнесат например технически решения от ранга на бившите “рационализаторски предложения”, които по новия патентен закон в България вече не са обект на закрила, но са полезни за фирмата.

- *Производствен опит и умения*, вкл. и лични.

#### *Управленско-икономическо ноу-хау*

То включва знания от управленско, търговско и финансово естество. Най-често обект на лицензиране под формата на ноу-хау са знания и опит в областта на управлението и икономиката на една фирма или дейност като:

- *Организационно-управленски сведения*. Те могат да бъдат свързани с най-ефективна организационна структура за управление; организационно-структурно взаимодействие между елементите на системата за управление; разпределение на функции, права и задължения; организация на кооперирани връзки и доставки и други логистични системи; системи за подбор, назначаване, квалификация и издигане на кадри; управленски технологични процедури и друга организационно регламентираща документация и т.н.

- *Сведения, свързани с реализацията на продукцията* (т.нар. “търговско ноу-хау”). Това могат да бъдат методи за проучване и оценка на пазарната конюнктура, организация на пласментната дейност, на търговската мрежа и търговски форми, на рекламната дейност и др.

- *Финансово-икономически сведения*: методи за съставяне на финансови и кредитни планове; методи за определяне себестойността на продукцията; форми за изгодни капитални вложения; организация на свободните оборотни средства; различни разчети; системи за стимулиране (вкл. организация на работната заплата); придобиване и управление на дялово участие в други фирми и акционерни дружества и т. н.

В някои отрасли (например туризма, в частност хотелиерството) по същество цялата дейност се основава на управленско-икономическо ноу-хау, защото много по-изгодно е да закупиш един обобщен с десетилетия опит, отколкото сам да стигнеш до него.

За събирането и обобщаването на управленско-икономическото ноу-хау често се създават специални структури, като типичен пример в това отношение е британският фонд “Ноу-хау”.

Независимо дали е с технически или с управленско-икономически характер, ноу-хау може да възникне на всеки един етап от момента на

появата на идеята до търговската реализация на дадено изделие. От тази гледна точка то условно се разделя на:

- ноу-хау в етапа на прогнозиране - тук са особено типични всякакви методи или методики за разработването на научно-технически, икономически, в частност финансови или друг вид прогнози, както и необходимите за тази цел разчети и изчисления;

- ноу-хау в процеса на научните изследвания като: изследователски методи и методики; технология на изследователския процес; организация на информацията; използване на техническите средства; организация на кадровия научен потенциал; експериментален опит и техники и др.;

- ноу-хау в проектно-конструкторската дейност: резултати от геоложки и противоземетръсни проучвания и разчети; методи за проектиране; компютърни програми за проектиране; инженерни разчети и изчисления; организация на производствените и административните помещения и др.;

- ноу-хау в строителството и монтажа: строителни технологии; съставки и технологии на строителни материали и вещества; логистични схеми на доставка, строителство и монтаж; организация на техническото осигуряване и др.;

- ноу-хау в етапа на производството (вкл. и селскостопанското): писана техническа документация за техника и технологии като формули, конструкции, чертежи, схеми и т.н.; инструментална екипировка; производствен опит; управленска организационно регламентираща документация като правилници, организационна и функционална структура на управление, организационно-структурно и функционално взаимодействие на елементите в системата за управление, управленски технологични процедури, длъжностни характеристики и т.н.; организация на труда; организация на производството; системи за стимулиране, за обучение и издигане на кадрите и т.н.; технологии за увеличаване на добивите; нови сортове растения и породи животни и др.;

- ноу-хау в областта на търговската дейност: методи и методики за маркетингови проучвания; системи за мотивация на потребителското поведение; организация на дистрибуторската и на търговската мрежа; логистични схеми; дизайн на продукта; маркови стратегии; рекламни техники и стратегии и др.

Както подчертахме, това разделение има условен характер, като определени видове ноу-хау, отнесени към един етап, могат да възникнат и на друг или на всички от посочените етапи в цикъла идея - производство - реализация. Особено типично в това отношение е използването на ноу-хау от управленски и икономически характер.

### **Начини на предаване на ноу-хау**

Самото предаване на ноу-хау най-често се осъществява по два начина: чрез предоставяне на необходимата документация и/или чрез обучение.

Както беше посочено, документацията може да съдържа формули, чертежи, схеми, инструкции, технически предписания или технология, а също и друга информация от техническо или управленско-икономическо естество. Към нея под формата на ноу-хау могат да се предоставят и машини, уреди, приспособления, катализатори и други предмети.

Обучението на кадри е също широко използван начин за предаване на ноу-хау. Обикновено то се използва, когато се предоставя конкретен практически опит и кадрите трябва да придобият определени производствени навици и умения.

Главното е, че за осъществяване на предаването на ноу-хау, независимо дали ще се използва единият или другият начин, или ще се предава документация и ще се извършва обучение на кадри едновременно, трябва да се сключи лицензионен договор. В практиката той се нарича "договор за ноу-хау"<sup>9</sup> или "договор за безпатентна лицензия".

В лицензионните сделки с обекти на интелектуална собственост предоставяното ноу-хау най-често е свързано с изобретенията и се отнася до знания, необходими за внедряването и промишленото усвояване на обекта. Твърде често ноу-хау се предоставя и заедно с лицензирането на дадена търговска марка, като за целта се обособяват и самостоятелен вид договори, наречени "франчайзинг". Характерно за подобен тип договори е, че правото да ползваш чужда търговска марка е обвързано със задължението да ползваш стриктно предоставеното ноу-хау за тази цел. На основата на франчайзинга най-често възникват вериги от еднотипни заведения като "Шератон", "Новотел", "Херц", "Рент а кар" и др.

Договорите за ноу-хау в много отношения са тъждествени с лицензионните договори за патентно защитените обекти на интелектуална собственост (т.нар. "патентни лицензии"), но имат и редица особености, произтичащи от спецификата на обекта ноу-хау. Например при лицензирането на ноу-хау един сложен проблем е т. нар. "информационна недостатъчност", произтичаща от неговата секретност. От една страна, за да се убеди купувачът в ценността на предлаганото ноу-хау, той трябва да се запознае със същността на секретта. От друга страна обаче, продавачът не е заинтересуван от цялостното разкриване на своя секрет, защото нищо не му гарантира сключването на сделката и запазването на неговото ноу-хау в тайна. Тук именно е и умението да се оттъргува сделката с предоставянето на "достатъчен минимум информация", който предпазва и двете страни от неприятни изненади. Всъщност точно лицензионният договор е най-надеждната правна закрила на ноу-хау и основно (ако не и единствено) средство за регулиране на взаимоотношенията между притежателя и ползвателя на ноу-хау.

---

<sup>9</sup> Във връзка с договорите за обучение на кадри възниква една разновидност на договорите за ноу-хау, наречени "договори за шоу-хау", в смисъл на "показвам как" се прави това нещо.

### **Защита от неправомерно присвояване на ноу-хау**

Макар че самото ноу-хау като обект няма правна закрила, поради голямата му икономическа значимост почти навсякъде по света съществува правна защита срещу възможността от неправомерното му присвояване и използване от трети лица. Обикновено това се осъществява по линия на конкурентното право и най-често в материята за защита от нелоялна конкуренция.

По аналогичен начин е уреден въпросът и в нашата страна, където в Закона за защита на конкуренцията<sup>10</sup> има специален раздел под наименованието "Забрана на разгласяването на производствени или търговски тайни".<sup>11</sup> Тук в чл. 35 се казва: "Забранява се узнаването, използването или разгласяването на производствена или търговска тайна в противоречие с добросъвестната търговска практика". По-нататък в текстовете на закона се разглеждат случаите, когато узнаването, използването или разгласяването на производствената или търговската тайна е в противоречие с добросъвестната търговска практика. Тези случаи могат да се обединят около следните три хипотези:

- като резултат от промишлен шпионаж, когато узнаването, използването или разгласяването е извършено чрез подслушване, проникване в помещение, отваряне на кореспонденция, заснемане или проучване без съгласието на притежателя на документи или вещи, съхранявани по начин, ограничаващ достъпа до тях;

- като следствие от действията на недобросъвестни служители, имащи право на достъп до производствената или търговската тайна, когато обаче това узнаване, използване или разгласяване е станало чрез тяхната измама или предлагането им за облаги от трети лица, което по същество е пак промишлен шпионаж;

- нарушаване на договорни отношения, например клаузата за конфиденциалност при лицензионен договор за ноу-хау, когато купувачът или негови служители използват или разгласяват предоставеното ноу-хау при изрично условие в договора това да не се прави.

Това е и една от причините при сключване на лицензионния договор страните да подхождат много внимателно и детайлно да формулират отделните положения, тъй като на сегашния етап именно този договор е най-надеждното правно средство за закрила на ноу-хау и основен източник за регулиране на взаимоотношенията между договарящите се страни.

22.1.2003 г.

---

<sup>10</sup> Закон за защита на конкуренцията. – Държавен вестник, бр. 52, 1998; бр. 112, 1998.

<sup>11</sup> Както се вижда от текста в нашето законодателство под ноу-хау се разбира "производствена или търговска тайна".