



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu5.2016.3.13>

УДК 347.77/.78

ББК 67.404.3

## РЕЗУЛЬТАТЫ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОММЕРЧЕСКОМ ОБОРОТЕ

**Римма Шамильевна Рахматулина**

Кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права,

Финансовый университет при Правительстве РФ

[rimin@mail.ru](mailto:rimin@mail.ru)

Ленинградский просп., 49, 125993 г. Москва, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы коммерческого использования результатов творческой деятельности, которые включают изготовление, способы применения, продажу и другие виды оборота творческих объектов. Основой использования в предпринимательских отношениях объектов интеллектуальной собственности является лицензионный договор. Рассмотрен принцип исчерпания прав, параллельный импорт. Важным аспектом на сегодняшний день является электронный коммерческий оборот, в котором первая роль отводится интернет-магазинам. В работе также анализируются проблемы оборота результатов творческой деятельности бюджетных организаций, библиотек и музеев.

**Ключевые слова:** коммерческий оборот, результаты творческой деятельности, параллельный импорт, товар, принцип исчерпания прав, интернет-магазин, торговый агрегатор, исключительные права.

Оборот результатов творческой деятельности в настоящее время имеет большое значение. Это влияет на охрану результатов не только в области авторского, патентного права, технологий, но и научных исследований в медицине, культуре, образовании.

Все чаще вопросы интеллектуальной собственности пересекаются с интересами правообладателей, бизнеса и государства.

В соответствии с Приказом № 13 от 29 января 1997 г. Государственного Комитета Российской Федерации по науке и технологиям «О распределении интеллектуальной собственности в договорах на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ и в договорах о совместной научно-технической деятельности, заключаемых между российскими и иностранными организациями» основой предполагаемого коммерческого использования созда-

ваемой интеллектуальной собственности должны являться лицензионные договоры, которые в дальнейшем могут быть заключены на любые объекты интеллектуальной собственности. Необходимо учитывать, что коммерческое использование интеллектуальной собственности часто включает в себя изготовление, применение, продажу, иное введение в хозяйственный оборот продуктов (изделий), содержащих объект интеллектуальной собственности либо изготовленных непосредственно способом, составляющим существо интеллектуальной собственности.

В основном оборот исключительных прав в предпринимательских правоотношениях осуществляется с помощью договоров, направленных на передачу результатов творческой деятельности и средств индивидуализации. Самыми распространенными в коммерческом обороте являются лицензионные до-

говоры, договоры авторского заказа, отчуждения, коммерческой концессии. Также часто используются различные смешанные и непоименованные договоры, например, дистрибуторский договор.

Результаты творческой деятельности в авторском и смежном праве могут быть выражены в таких товарах, как книги, компакт-диски, игрушки и т. д., что обуславливает их функцию производства и введения в коммерческий оборот. В коммерческом обороте результаты творческой деятельности зависимы и тесно связаны с их материальными носителями – это книги с иллюстрациями, красивым шрифтом; компакт-диски с вставленными комментариями их содержания и картинками; игрушки, в которых воплощены персонажи произведений. В коммерческом обороте товары с носителями результатов творческой деятельности имеют важную составляющую, как и любой товар, находящийся в торговом обороте. От того, из каких материалов сделан товар, предложенный к продаже, кто производитель такого товара, насколько товар коммерчески интересен потребителям, и зависит его оборот. А результаты творческой деятельности, индивидуализирующие товар, приносят определенный коммерческий интерес, торговый оборот таких товаров увеличивается за счет, например, воплощенных в них объектов авторского права, то есть результаты творческой деятельности обладают рекламной функцией в отношении товаров, в которых они воплощены.

Рекламная функция привлекает потребителей обратить внимание на лучшие свойства товара. Товар с объектами интеллектуальной собственности, с одной стороны, представляет материальную вещь, с другой – несет в себе результат творческой деятельности. Эти две функции товара не связаны между собой. Так, при продаже товара встает вопрос о передаче результата творческой деятельности. Но это не всегда необходимо. Покупатель приобретает товар, который он может продать, подарить. При этом сможет ли этот покупатель внести какие-то изменения в купленную вещь? Например, купив на выставке картину, сможет ли покупатель ее изменить, подкрасить, внести какие-то дополнения? Конечно, нет. Он может ее перепродать, подарить, но нарушать целостность картины, вносить изменения – этого

делать приобретатель не сможет. Интеллектуальные права на результаты творческой деятельности не зависят от права собственности на товар как на вещь, в котором выражена интеллектуальная собственность (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации).

Так, в соответствии со статьей 1272 ГК РФ, если оригинал или экземпляры произведения правомерно введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации путем их продажи или иного отчуждения, дальнейшее распространение оригинала или экземпляров произведения допускается без согласия правообладателя и без выплаты ему вознаграждения.

Это принцип исчерпания прав, который часто называют «правилом первой продажи».

Принцип исчерпания прав связан с параллельным импортом, который касается пересечения товара через таможенную границу.

Параллельный импорт – это ввоз товара, маркированного товарным знаком, без разрешения правообладателя на территорию страны, где продается уже такой же оригинальный товар, ввезенный с согласия обладателя товарного знака. Согласие правообладателя может быть выражено путем выдачи разрешений и лицензий. Ввозить иностранные товары на территорию России могут только обладатели товарных знаков или лица, получившие согласие от правообладателей (статья 1487 ГК РФ).

Одни специалисты считают, что разрешение параллельного импорта приводит к ограничению конкуренции, удорожанию товаров, маркированных товарными знаками. Другие, наоборот, придерживаются мнения, что параллельный импорт влияет на снижение и стабильность цен, на добросовестную конкуренцию. Для решения этой проблемы необходимо на государственном уровне провести исследование, сложившееся с параллельным импортом, и не в целом со всеми товарами вообще, а с отдельно взятым рынком, например, лекарственных препаратов, товарами первой необходимости, техникой и другими объектами.

Ввоз товаров контролируется таможенными органами путем использования таможенного реестра.

Таможенный реестр выполняет функцию контроля контрафактных товаров. В случае выявления контрафакта таможенные органы задерживают товар и сообщают об этом правообладателю.

Однако в такой реестр можно вносить только объекты авторского права, объекты смежных прав, товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товара (пункт 1 статья 307 ТК ТС).

На практике работы с таможенным реестром трудности могут возникать с объектами авторского права, так как права на произведения не регистрируются, а возникают с момента создания. Как, например, сталкиваются интересы правообладателей товарного знака «Чебурашка» и советского мультипликационного фильма «Чебурашка и крокодил Гена», переданного по лицензионному договору японцам.

Не включены в таможенный реестр изобретения, полезные модели, промышленные образцы, топологии интегральных микросхем, селекционные достижения, ноу-хау и т. д.; права на перечисленные объекты также могут быть нарушены при пересечении товаров через границу Российской Федерации.

Информационное пространство в последнее время является важнейшей частью коммерции. Цифровые произведения, не имеющие материального носителя, распространяются в сети Интернет. В связи с этим все больше случаев нарушения прав и неправомерного использования цифровых творческих результатов связано с товарами, пересекающими таможенную границу. Данная область имеет много пробелов. Особенно это касается вопросов банкротства, заключения договоров, наследования, налогообложения и т. д. Электронный коммерческий оборот становится важнейшей частью предпринимательских отношений и, в этой связи также необходимы изменения.

Главной составляющей электронного коммерческого оборота являются интернет-магазины. На сегодняшний день интернет-пространство в России для представителей малого и среднего бизнеса является нестабильным рыночным инструментом. Некоторые крупные компании в обороте рынка интернет-торговли осуществляют свою деятельность слабо. Не говоря уже о малых и средних предпринимателях. Многие интернет-ма-

газины мелкого и среднего бизнеса не пользуются в среде покупателей хорошей репутацией, как это происходит с зарубежными компаниями, которые, как показывает практика, завоевывают также и уважение у российских покупателей.

В нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности втянуты не только интернет-магазины, но также рекламные компании, осуществляющие свою деятельность в интернет-торговле. Наиболее часто в таких магазинах продаются контрафактные товары – это товары, обозначенные поддельными товарными знаками. Некоторые интернет-магазины подражают более успешным на рынке интернет-компаниям, используя похожий цвет, логотип, стиль и т. д., вводя потребителей в заблуждение. Рекламные компании рекламируют товары без разрешения правообладателей либо в самих магазинах, нарушающих интеллектуальные права, либо на специальных интернет-площадках.

Одним из развивающихся в нашей стране интернет-ресурсов является товарный агрегатор – это виртуальный сервер, который помогает покупать товары. Перед покупкой у потребителя есть возможность сравнить несколько продавцов, товары, которые представлены в магазинах-конкурентах. В зарубежной практике товарные агрегаторы автоматически включают систему защиты на объекты интеллектуальной собственности. Такую систему имеет, например, агрегатор eBay. Правообладатель или его представитель посылают обращение об удалении с товарного агрегатора товара, нарушающего интеллектуальные права, и все дальнейшие проблемы продавец уже решает с правообладателем. Продавец также имеет право себя защитить, если не согласен с действиями товарного агрегатора или правообладателя путем обращения в суд. Данная ситуация защищает не только правообладателя от незаконного использования объекта интеллектуальной собственности, но предохраняет покупателя от контрафакта. В российской практике снять с продажи контрафактные товары возможно только через суд.

Дистанционная область торговых отношений требует законодательного регулирования. С одной стороны, необходимо развивать данный сектор коммерческих отношений, поддер-

живая малый бизнес, с другой – надо защитить потребителя и правообладателя.

Немаловажное значение имеет коммерциализация творческих объектов бюджетных организаций. Государство не только должно проверять эту область правоотношений, но и помогать регулировать сложные вопросы извлечения прибыли из таких объектов.

Не нарушая прав на использование результатов творческой деятельности, образовательным организациям необходимо применять такие меры соблюдения авторских прав, как предупреждение, с указанием того, что объект находится под охраной и как правильно его использовать для образовательных целей.

Электронная информационная база образовательных учреждений является интеллектуальным информационным ресурсом, который находится под охраной авторского права. В учебных целях материал можно использовать свободно. При этом образовательные организации используют программы, которые могут ограничить доступ к объектам, например, присвоение кодировки, при которой, чтобы раскодировать информацию, необходимо заплатить и получить код доступа. При добросовестном использовании в сфере образования результатов интеллектуальной собственности необходимо учитывать размер используемых извлечений из произведения, число копий, впервые или не впервые воспроизводимых. Показательно в этом смысле следующее судебное дело в США.

Издательство «Энциклопедия Британника» призвала к ответу консорциум общественных округов за запись кинематографических произведений и предоставление копий школам – членам консорциума. Школы проиграли дело, и их защита ссылкой на добросовестное использование была отклонена [2, с. 308].

Библиотеки в современных условиях развития авторского права также должны соблюдать права правообладателей. У многих специализированных библиотек, таких, например, как библиотека Центрального Банка России, возникают вопросы оцифровки научных работ и использования их в коммерческих целях, так как фонды библиотеки включают работы не только российских авторов, но и иностранных.

Необходимо также затронуть вопросы «музейного права» [1, с. 1]. Как указывает в

своей работе многоуважаемый Э.П. Гаврилов, природа и сфера его действия не совсем ясна. Возникают ли у музеев исключительные права на картины и экспонаты, которые также могут участвовать в коммерческом обороте?

Приведем пример из практики по делу № А63-18468/2012. Предприниматель использовала спорный стилизованный рисунок, повторяющий «Портрет дамы в голубом» («Портрет герцогини де Бофор»), включенный в состав музейного фонда Российской Федерации, в качестве эмблемы дизайнерского магазина одежды.

В Определении Верховного Суда Российской Федерации № 308-ЭС15-6600 от 6 июля 2015 г. сказано, что использование воспроизведения картины (стилизованного рисунка, сходного до степени смешения с картиной) в процессе показа коллекции одежды является коммерческим использованием, поскольку такое использование сопряжено с рекламой и направлено на вызов у неограниченного числа лиц ассоциаций при виде изображения картины с товарами, производителем и продавцом которых является предприниматель.

Важной функцией исключительных прав является обладание этими правами, что дает право обладания результатом творческой деятельности, использование этого результата и распоряжение им. На многие экспонаты музеев истек срок действия исключительных прав. Современные экспонаты обычно приобретаются музеями «в дар» от правообладателей, и никто из авторов не передает исключительные права по договору, может, только в редких случаях.

Здесь необходимо согласиться с мнением известного профессора о том, что «музейное право» – разновидность вещных прав. Музеи и другие организации культуры вправе требовать вознаграждение за создание копий (изображений) музейных предметов лишь в рамках договоров об оказании услуг. Они не имеют никаких прав на использование этих копий (изображений) [2, с. 7].

Результаты творческой деятельности имеют определенную ценность, вовлекаются правообладателями и предпринимателями в коммерческий оборот. Вопрос определения ценности объектов творческой деятельности в коммерческом обороте остается открытым.

Получение прибыли от использования творческих объектов, от реализации товаров, в которых воплощены эти объекты, соразмерность компенсации в связи с неправомерным оборотом – важные вопросы предпринимательских правоотношений. Разрешение таких проблем невозможно без оценки результатов интеллектуальной деятельности, проведения правовой экспертизы и правильного ведения бизнеса с привлечением не только специальных знаний, но и специалистов.

Вопросы коммерческого оборота творческих результатов связаны с их защитой. Защита интеллектуальных прав правообладателей в коммерческом обороте должна создавать благоприятные условия для развития инвестиций на рынке новых технологий и международной торговли товарами.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Гаврилов, Э. П. О «музейном праве» / Э. П. Гаврилов // *Хозяйство и право*. – 2015. – № 3. – С. 1–7.
2. Луцкер, Арнольд П. Авторское право в цифровых технологиях и СМИ / Арнольд П. Луцкер. – М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2005. – 416 с.

#### **REFERENCES**

1. Gavrilov E.P. O “muzeynom prave” [On Museum Right]. *Khozyaystvo i pravo*, 2015, no. 3, pp. 1-7.
2. Lutsker Arnold P. *Avtorskoe pravo v tsifrovyykh tekhnologiyakh i SMI* [Copyright in Digital Technologies and Media]. Moscow, KUDITS-OBRAZ Publ., 2005. 416 p.

### **THE RESULTS OF CREATIVE ACTIVITY IN COMMERCIAL TURNOVER**

**Rimma Shamilyevna Rakhmatulina**

Candidate of Juridical Sciences, Associate Professor, Department of Civil Law,  
Financial University under the Government of the Russian Federation  
rimin@mail.ru  
Prosp. Leningradsky, 49, 125993 Moscow, Russian Federation

**Abstract.** The article considers the issues of commercial use of results of creative activity, which include manufacture, methods of use, sale and other types of trafficking creative objects. The basis of business relations of intellectual property is the license agreement. The principle of exhaustion of rights, parallel imports. An important aspect of today is Commerce turnover, in which the first role is given to the online stores. The paper also analyzes the problems of the circulation of the results of creative activity of budgetary organizations, libraries and museums.

**Key words:** commercial turnover, the results of creative activity, parallel imports, product, the principle of exhaustion of rights, Internet shop, shopping aggregator, exclusive rights.