

**Новіков О.В.**, асистент кафедри кримінології та кримінально-виконавчого права Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, кандидат юридичних наук

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ВПЛИВУ КОНФЛІКТУ  
ІНТЕРЕСІВ ВИРОБНИКІВ ТА СПОЖИВАЧІВ  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ДЕТЕРМІНАЦІЮ  
ОБІГУ КОНТРАФАКТУ

Важливу роль в функціонуванні та поширенні обігу контрафактної продукції та, взагалі, у структурі детермінації злочинності у сфері інтелектуальної власності відіграє конфлікт інтересів виробників та споживачів інтелектуальної продукції. Наукові пошуки у зазначеному напрямку змусили одразу звернути увагу на існуючу в світі проблему зневажливого ставлення до інституту інтелектуальної власності, що останнім часом переросла в справжній соціальний конфлікт між виробниками (продавцями) та споживачами інтелектуальної продукції.

Що стосується сфери інтелектуальної власності, то конфлікти інтересів тут виникають через штучну створену законодавством обмеженість у володінні, користуванні та розпорядженні об'єктами права інтелектуальної власності та продукції, в якій вони втілюються. З одного боку, така практика відповідає світовій системі захисту інтелектуальної власності, а, з іншого боку, призводить до численних зловживань, як з боку виробників інтелектуальної продукції, так і з боку споживачів такої продукції. Виробники інтелектуальної продукції часто завищують ціну на свою продукцію, а споживачі - намагаються знизити свої витрати шляхом використання контрафактної продукції, що призводить до ескалації конфлікту між цими суб'єктами. Таким чином, на наш погляд, під конфліктом інтересів виробників (продавців) та споживачів інтелектуальної продукції пропонуємо розуміти протиріччя групових інтересів та поглядів зазначених суб'єктів стосовно доступності інтелектуальної продукції та окремих аспектів захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Можна виділити два самостійні різновиди конфлікту інтересів у сфері інтелектуальної власності, залежно від сторін конфлікту: конфлікти, що виникають між виробниками інтелектуальної власності, і конфлікти, що виникають між продавцями та споживачами інтелектуальної продукції.

Перший різновид - конфлікт інтересів між виробниками інтелектуальної продукції виникає у сфері дії права промислової власності. Предметом конфлікту виступають корпоративні інтереси щодо володіння, користування та розпорядження такими об'єктами інтелектуальної власності як винахід, корисна модель, промисловий зразок. Причини цього конфлікту інтересів криються в важливому значенні об'єктів права промислової власності для сучасної ринкової конкурентної боротьби. Недосконалість національних та міжнародних систем патентування, недоліки правового регулювання права інтелектуальної власності на зазначені об'єкти промисловості створили не тільки реальні можливості для зловживань у цій сфері, але й потужну мотивацію для таких зловживань. В наслідок цього, виникло таке глобальне негативне явище як «патентні війни» (patent wars), змістом якого є використання великими корпораціями патентів для тиску на конкурентів та

монопольного контролю ринку тих чи інших товарів. До речі, жертвами зазначених війн стають скоріш не самі корпорації, а покупці їх продукції, яка в результаті збільшує свою ринкову вартість та втрачає певні технологічні властивості. Отже, на сьогодні патентна система, з потужного інструменту стимулювання інноваційної діяльності та захисту справедливої конкуренції, перетворилися на законний штучний механізм збагачення, а «переможцями» патентних війн стають тільки юристи.

Що стосується конфлікту інтересів між продавцями та споживачами інтелектуальної продукції, то в основі конфлікту також знаходиться комерціалізація сфери інтелектуальної власності як галузі суспільного виробництва. Юридичний механізм регулювання авторського права заснований на створенні «штучної» монополії на володіння певним об'єктом творчої діяльності. Автор та інші суб'єкти авторського права за законом або договором наділяються широкими можливостями у володінні, користуванні та розпорядженні створеним об'єктом інтелектуальної власності.

Особа, що наділяється такою монополією, фактично має можливість самостійно визначати розмір винагороди, яку вона отримає за продаж продукції, що втілює в собі результат творчої діяльності, або за передачу майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності. Найчастіше відбувається останнє, бо без великих інвестицій промислове виготовлення творчої продукції неможливо. Тому на ринку інтелектуальної власності переважають великі корпорації, що здійснюють масштабний викуп майнових прав, або займаються інвестуванням творчості з подальшим отриманням таких прав. У результаті ці компанії наділяються монопольними правами на виготовлення та розповсюдження певної інтелектуальної продукції та ведення власної цінової політики. Автор об'єкту інтелектуальної власності, що отримав винагороду за власну працю, лише залишає за собою особисті немайнові права та віддається від комерціалізації власного продукту.

В подальшому результат творчості, втілюючись в готову продукцію, активно рекламується та збувається на внутрішньому та міжнародному ринку товарів та послуг. Правовласники використовують всі надані законодавством

можливості для захисту своєї монополії на виготовлення та збут зазначеного товару. Отже, головним груповим інтересом правовласників та метою комерціалізації інтелектуальної власності є отримання максимального прибутку від реалізації певної продукції, що містить в собі результати творчої діяльності.

Характеризуючи інтереси споживачів, слід виходити з того, що це ті особи, які використовують товари та послуги для задоволення власних бажань і потреб, а не для перепродажу або виробництва інших товарів та послуг. Споживачі зацікавлені в отриманні товарів та послуг, які відповідають їх уявленню про якість продукції, що задовольнить їх споживчі потреби за відповідної ціною. Ринкова економіка змушує шукати серед різноманіття товарів ті, що максимально задовольняють потреби певних верст населення за прийнятною для них ціною. Отже, в психології споживача існує конкретна зацікавленість в зменшенні витрат на використання інтелектуальної продукції без суттєвих втрат якості.

Інтелектуальна власність являє собою інформацію, тобто певне нематеріальне благо, але формою її вираження завжди є специфічний матеріальний об'єкт, який, завдяки втіленню в собі результату творчості, виступає продуктом на ринку. Вартість виготовлення самого носія інформації набагато менша, ніж затрати на створення результату творчої діяльності. З поширенням інформаційного простору та нових технологій більш дешевого виробництва з'явилися можливості для поширення злочинності у сфері інтелектуальної власності.

Як зазначалося раніше, створення та існування кримінального ринку інтелектуальної продукції надає можливості купувати ідентичну оригінальній за якістю продукцію (якщо це стосується об'єктів, що захищаються авторським правом та суміжними правами), але за значно нижчою ціною. Саме значний попит населення на контрафактну та неліцензійну продукцію, що є дешевшою за оригінальну, є одною з головних причин поширення кримінального ринку інтелектуальної продукції, та, взагалі, злочинності у сфері інтелектуальної власності. Отже, серед поглядів населення на інститут інтелектуальної власності переважають ті, що вважають нормальним існування контрафактної продукції та піратства.