

## ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС

УДК 347.788

**Аксютіна А. В.,**  
викладач кафедри цивільно-правових дисциплін  
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

### ЩОДО ОБ'ЄКТІВ ПРОДЮСЕРСЬКИХ ПОСЛУГ

### ON THE OBJECTS OF PRODUCER'S SERVICES

У статті визначено зміст поняття «об'єкт продюсерських послуг». Виокремлено примірне коло груп послуг, що охоплюються поняттям «об'єкт продюсерських послуг».

**Ключові слова:** *продюсерські послуги, правовідносини, об'єкт, сторони надання продюсерських послуг, суб'єкти.*

В статье дается определение понятия «объект продюсерских услуг». Выделен примерный круг групп услуг, которые охватываются понятием «объект продюсерских услуг».

**Ключевые слова:** *продюсерские услуги, правоотношения, объект, стороны оказания продюсерских услуг, субъекты.*

The article defines the range of objects producer's consumption of services. Thesis there is determined Estimated range of group services that embrace the concept of object-governmental producer's services.

**Key words:** *producer services, legal relations, facility, parties providing services, subjects.*

Оскільки правовідносини у сфері науки, мистецтва та культури, стороною яких є продюсери, набувають усе більшого розповсюдження, на порядку денному стоїть проблема визначення саме змісту поняття й кола об'єктів, що є структурним елементом правовідносин із надання продюсерських послуг.

Дослідженню проблемних питань продюсерської діяльності й послуг, що є змістом її діяльності і специфічним видом цивільних правовідносин, присвячені праці відомих вітчизняних та іноземних науковців, таких як Б. Антимонов, О. Дзера, Р. Динисов, О. Калмиков, Н. Кротова, К. Москаленко, Ю. Нерода, О. Підпригора, О. Підпригора, М. Поплавський, О. Сергєєв, К. Флейшціц, Я. Шевченко, Г. Шершеневич, С. Юрченко й ін.

Водночас варто звернути увагу на те, що питання визначення змісту поняття й кола об'єктів цих правовідносин у роботах зазначених учених висвітлено досить вузько. Проте визначення цього елемента структури правовідносин із надання продюсерських послуг є важливим з огляду на їх специфіку та сферу застосування.

З урахуванням цього метою статті є визначення поняття й кола об'єктів продюсерських послуг з метою вдосконалення цивільно-правового регулювання правових відносин у сфері інтелектуальної власності.

За загальним правилом теорії права, правовідносини з надання продюсерських послуг для виникнення та існування у сфері науки, культури й мистецтва має передбачати наявність трьох елементів: суб'єктного складу, об'єкта і змісту. При цьому об'єкт є одним із важливих елементів структури будь-яких правовідносин із надання продюсерських послуг.

Щоб визначити об'єкт правовідношення, необхідно встановити, яке навантаження він несе в правовому стосунку й у механізмі регулювання майнових та особистих немайнових відносин нормами цивільного права. У цьому плані об'єктом правовідносин є те, що безпосередньо реагує на право уповноваженої особи. Є безумовним, що не речі, гроші, цінні папери тощо відчують вплив такого права. На право уповноваженої особи реагує безпосередньо воля і свідомість зобов'язаної особи, де й моделюється майбутня її поведінка. Отже, воля і свідомість зобов'язаної особи є єдиним об'єктом правовідношення [3, с. 176].

Визначення об'єкта договірних правовідносин із надання продюсерських послуг є досить ускладненим, оскільки законодавцем у приписах Цивільного кодексу України (далі – ЦК України), що регулюють окремі види договорів, використовується термін «предмет договору», яким охоплюються речі, майно, майнові права, а в Господарському кодексі України (далі – ГК України) аналогічні категорії з невідомих причин визначаються як «об'єкт» договору (оренди, лізингу, концесії тощо).

Для розв'язання цієї термінологічно-правової незгодженості, на думку певних учених, віднайдено компромісне рішення: виділено юридичний об'єкт зобов'язання (дії) та матеріальний об'єкт (певна річ, майно); «у взаємних зобов'язаннях може бути декілька юридичних дій зобов'язаних осіб», а «матеріальний об'єкт може бути один або декілька» [14, с. 17–18]; отже, у взаємних зобов'язаннях є кілька об'єктів (предметів) [16, с. 59].

На думку інших правників, цивільно-правова теорія, визнаючи об'єктами відповідні блага (речі, гроші, майно, майнові права, дії, послуги), не ділить їх

на «юридичні» та «матеріальні»; усі ці блага є видовими категоріями до родового – «об'єкта», де «дії» як благо всього лиш мають свою особливість. З іншого боку, для зобов'язальних правовідносин теорія вибудовує парну систему об'єктів, де є юридичний об'єкт (дії), з одного боку, та матеріальний об'єкт, тобто предмет (блага: речі, майно), – з іншого. Але в цьому випадку об'єкти-дії та об'єкти-послуги, втрачаючи свій статус блага, уже виключно в значенні поведінки (дій) «перекочовують» на «юридичний сторону» парної системи об'єкта, залишаючи оголеною «матеріальну сторону» [16, с. 61].

Як правильно зазначає В. Примаєк, велика кількість благ, які також є об'єктами цивільних правовідносин, не мають тілесної природи, але є майновими благами, мають економічну цінність, належать до категорії майна і слугують для задоволення певних інтересів учасників цивільних правовідносин. На сьогодні це газы, різноманітні види енергії (нематеріальні речі) та майнові права, інше майно; до таких видів майна належить зарахувати й роботи, і послуги. Останньою є не вид діяльності, а її корисний результат, який споживається й має свою вартість. У підрядних договорах це не сама дія, а її властивість – перетворювати матеріальні явища. Усі ці види категорії належні до роду «об'єкт» і є об'єктами (а не предметами) зобов'язальних правовідносин. Тому вирішення вказаної неузгодженості можливе через визнання об'єктом не самої роботи, а «результати робіт та окремі дії, зокрема послуги» [7, с. 151].

Оскільки продюсерські послуги ще не достатньо врегульовані нормами цивільного законодавства, тому правові аспекти визначення об'єктів договірних правовідносин із надання цього виду послуг, на нашу думку, повинні розглядатися скрізь призму механізму правового регулювання надання послуг у загальному сенсі з урахуванням особливостей сфери їх застосування й мети, на досягнення якої вони спрямовані.

У загальному аспекті результат аналізу наукових підходів до визначення сутності поняття «послуга» надає можливість зробити висновок, що науковці мають певні розходження: більшість науковців уважають, що послуга – це діяльність [11, с. 25; 15, с. 265; 5, с. 7], інша група вчених підтримує позицію, що послуга – це економічне благо, товар [17, с. 7; 4, с. 337].

Якщо звернутися до наукових тез В. Луця та Н. Федосенко щодо визначення сутності поняття «послуга» [2, с. 572; 12], можна зробити висновок і загалом підтримати їхню думку, що під час надання послуг споживачу передається не сам результат, а діяльність, яка до нього призвела.

Із погляду менеджменту послуги створюють умови для нормального або більш ефективного функціонування всіх учасників ринку, забезпечуючи повсякденний комфорт, підвищуючи якість життя в суспільстві, сприяючи збільшенню вільного часу та звільненню основних видів діяльності від виконання функцій обслуговування виробництва й забезпечуючи його нормальне функціонування. Тобто, можна

стверджувати, що послуги мають інфраструктурний характер. Підтвердженням цієї думки є житлово-комунальні послуги, послуги зв'язку і транспорту, які забезпечують комфортне життя й ефективне функціонування всіх учасників ринку, фінансові послуги, які забезпечують проведення розрахункових операцій між учасниками ринку й доступ до фінансування для інвестицій, послуги охорони здоров'я та освіти, що сприяють наявності здорової, кваліфікованої робочої сили, а також юридичні й бухгалтерські послуги, які є частиною інституційної структури, необхідної для підтримки здорової економіки [6, с. 242].

Згідно з досить розповсюдженою думкою, продюсерська діяльність передбачає достатньо широкий спектр послуг, серед яких варто виокремити послуги, пов'язані з просуванням, рекламою, популяризацією на ринку артиста – виконавця, надання стратегічної, адміністративної, фінансової, творчої та соціально-психологічної допомоги задля досягнення позитивного результату для артиста-виконавця [1]. Водночас продюсерські послуги можуть надаватися не лише артисту-виконавцю, а й іншим суб'єктам – споживачам творів науки, мистецтва та культури, а також третім особам.

Так, аналіз Положення про державну підтримку національних фільмів у продюсерській системі, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 05.06.1998 № 813 [10], свідчить, що держава в особі Держкіно та місцевих органів управління кінематографією також є споживачем продюсерських послуг під час виробництва, розповсюдження й/або демонстрування національного фільму в продюсерській системі кінематографії.

Суб'єктний склад споживачів продюсерських послуг істотно впливає на визначення об'єкта послуг, оскільки останній безпосередньо пов'язаний із особистістю таких споживачів, їхніми бажаннями, намірами та прагненнями. Прагнення споживачів не повинні розходитися й із прагненнями продюсерів, водночас мають бути спрямовані на досягнення єдиної мети, яка в різних сферах науки, мистецтва та культури є практично єдиною – організація і створення певного об'єкта інтелектуальної власності.

Які ж саме послуги продюсера забезпечать досягнення цієї мети?

Безпосередньо створення об'єкта інтелектуальної власності, виходячи з сутності правової природи цього явища, визначеного ст. ст. 437, 451 ЦК України [13] та ч. 2 ст. 11, ст. ст. 13, 37 Закону України «Про авторське право і суміжні права» [8], можливе лише зусиллями автора (творця, виконавця тощо) або групи авторів (групи творців, виконавців тощо). Організація ж створення не завжди є по силах авторам (творцям, виконавцям), оскільки потребує певних можливостей, знань, навичок і вмінь.

Продюсер для надання послуг щодо організації створення об'єкта інтелектуальної власності повинен чітко зрозуміти весь перелік питань, які необхідно вирішити для досягнення мети створення певного об'єкта, виходячи з його природи, сфери існування й застосування.

Спроба визначення переліку зазначених питань, здійснена у Випуску 82 «Виробництво та розповсюдження кіно- і відеофільмів» Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників, затвердженого Наказом Міністерства культури і мистецтв України від 25.10.2004 № 729, де як завдання та обов'язки Продюсера (кінематографія) зазначено таке: організація й фінансування створення та розповсюдження фільму; обрання літературного матеріалу, ідеї, теми; участь у розробленні на основі літературного сценарію художньої концепції фільму і створенні режисерського сценарію кінофільму, контроль історичної та фактичної достовірності матеріалу; складання бізнес-плану з докладним лімітом витрат; визначення творчо-виробничих показників (жанр, метраж фільму, терміни виробництва кінофільму, формат екрана, звукове оформлення, назву), стратегії маркетингу, розроблення рекламної інформаційної кампанії; створення знімальної групи й участь у керівництві її виробничо-економічною та фінансовою діяльністю; контроль виконання робіт із виробництва фільму в установлені планом строки й у межах кошторисно-фінансових асигнувань, передбачених для фільму; здійснення аналізу творчо-виробничої та фінансової діяльності знімальної групи; організація пропаганди, реклами й ефективного просування кінофільму в кінотеатральний прокат, на телебачення, відео тощо [9].

Аналіз зазначених положень свідчить, що коло завдань, а отже, і послуг, що надаватиме продюсер для досягнення мети створення твору, передбачає кілька груп. Так, перша група послуг спрямована на забезпечення організаційно-творчого результату, й передбачає послуги з обрання літературного матеріалу, ідеї, теми; участь у розробленні на основі літературного сценарію художньої концепції фільму і створенні режисерського сценарію кінофільму, контроль історичної та фактичної достовірності матеріалу; визначення творчо-виробничих показників (жанр, метраж фільму, терміни виробництва кінофільму, формат екрана, звукове оформлення, назву).

Друга група послуг спрямована на створення організаційно-кадрового потенціалу авторського й технічного колективу для створення об'єкта інтелектуальної власності, полягає у створенні знімальної групи, участі в керівництві її виробничо-економічною й фінансовою діяльністю.

Третя група послуг стосується організаційно-фінансового забезпечення створення об'єкта інтелектуальної власності, а саме: складання бізнес-плану з докладним лімітом витрат; визначення стратегії маркетингу, розроблення рекламної інформаційної кампанії; організація та фінансування створення фільму, контроль виконання робіт із виробництва фільму в установлені планом строки й у межах кошторисно-фінансових асигнувань, передбачених для

фільму; здійснення аналізу творчо-виробничої та фінансової діяльності знімальної групи.

Четверта група передбачає надання послуг із просування створеного твору й доведення його до споживачів, а саме: організація пропаганди, реклами та ефективного просування кінофільму в кінотеатральний прокат, на телебачення, відео тощо; організація та фінансування розповсюдження фільму.

Оскільки будь-які інші нормативні документи, що певним чином визначали б механізм і порядок надання продюсерських послуг в Україні в сучасних умовах, відсутні, вважаємо, що перелік примірних послуг, зазначений у Довіднику кваліфікаційних характеристик професій працівників, затвердженому Наказом Міністерства культури і мистецтв України від 25.10.2004 № 729, варто взяти за основу та застосовувати загалом до будь-яких правовідносин із надання продюсерських послуг й в інших сферах науки, культури та мистецтва.

Зазначене вище дає підстави для висновку, що під час надання продюсерських послуг їх споживачу передається не сам результат, а діяльність продюсера, яка до нього призвела, що й охоплюється поняттям об'єкта продюсерських послуг у правовідносинах із їх надання споживачам.

Отже, у результаті проведеного автором дослідження доцільно зробити такі висновки. Під час надання продюсерських послуг їх споживачу передається не сам результат, а діяльність продюсера, яка до нього призвела, що й охоплюється поняттям об'єкта продюсерських послуг у правовідносинах із їх надання.

Об'єкт продюсерських послуг має множинний характер і складається з певних груп, які зумовлені метою та завданнями створення певного об'єкта інтелектуальної власності, можуть включати такі групи послуг: спрямовані на забезпечення організаційно-творчого результату (обрання літературного матеріалу, ідеї, теми; участь у розробленні художньої концепції твору; визначення творчо-виробничих показників); спрямовані на створення організаційно-кадрового потенціалу авторського й технічного колективу для створення твору (створення творчої групи та участь у керівництві її виробничо-економічною й фінансовою діяльністю); стосовно організаційно-фінансового забезпечення створення твору (складання бізнес-плану з докладним лімітом витрат; визначення стратегії маркетингу, розроблення рекламної інформаційної кампанії; організація й фінансування створення твору; контроль виконання робіт із виробництва твору; здійснення аналізу творчо-виробничої й фінансової діяльності творчої групи); із просування створеного твору та доведення його до споживачів (організація пропаганди, реклами й ефективного просування твору; організація та фінансування розповсюдження твору).

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Аксютіна А.В. Поняття та зміст продюсерської послуги / А.В. Аксютіна // Юридичні науково-практичні Інтернет-конференції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.legalactivity.com.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=992%3A030315-16&catid=117%3A3-0315&Itemid=152&lang=ru](http://www.legalactivity.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=992%3A030315-16&catid=117%3A3-0315&Itemid=152&lang=ru).

2. zobov'язальне право: теорія і практика : [навч. посіб.] / [О.В. Дзера, Н.С. Кузнєцова, В.В. Луць та ін.] ; за ред. О.В. Дзери. – К. : Юрінком Інтер, 1998. – 912 с.
3. Мальцев Г. В. Правознавство : [підруч.] / Г.В. Мальцев. – М. : Изд-во РАГС. – 584 с.
4. Маркс К. Соч. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М. : Государственное изд-во политической литературы, 1962. – Т. 26. – Ч. 1. – 1962. – 509 с.
5. Організація і технологія надання послуг : [навч. посіб.] / [В.В. Алопій, І.І. Олексин, Н.О. Шутовська, Т.В. Футало] ; за ред. В.В. Алопія. – К. : ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.
6. Плакида С.І. Сутність поняття «послуга»: теоретичні аспекти / С.І. Плакида // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6.
7. Примак В.Д. Суб'єкти і об'єкти цивільних правовідносин / В.Д. Примак // Цивільне право України. Загальна частина : [підруч.] / за ред. О.В. Дзери, Н.С. Кузнєцова, Р.А. Майданика. – 3-тє вид., перероб. і допов. – К. : Юрінком Інтер, 2010. – 976 с.
8. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23.12.1993 // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 13. – Ст. 64.
9. Про затвердження Випуску 82 «Виробництво та розповсюдження кіно– і відеофільмів» Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників : Наказ Міністерства культури і мистецтв України від 25.10.2004 № 729 // Ориєнтир. – 2005. – № 12.
10. Про затвердження Положення про державну підтримку національних фільмів у продюсерській системі : Постанова Кабінету Міністрів України від 05.06.1998 №813// Офіційний вісник України. – 1998. – № 23. – Ст. 827.
11. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика / [К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик]. – СПб., 2002. – 752 с.
12. Федосенко Н. До питання про місце договору з надання послуг у ході виконання маркетингових досліджень у системі цивільно-правових договорів / Н. Федосенко // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 5. – С. 27–29.
13. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – Ст. 461.
14. Цивільне право України : [курс лекцій] : у 6 т. / [Р.Б. Шишка, Л.В. Красицька, В.В. Сергієнко, О.І. Смотров, Є.О. Мічурін та ін.]. – Х. : Еспада, 2005. – Т. V. – Кн. 1 : Загальні положення zobov'язального права. – 2005. – 224 с.
15. Цивільне право : [навч. посіб.] / [О.А. Підпригора, Д.В. Боброва, Н.С. Кузнєцова, В.В. Луць, О.В. Дзера та ін.] ; за ред. О.А. Підпригори, Д.В. Бобрової. – К. : Вентурі, 1996. – 480 с.
16. Шимон С. Об'єкт і предмет договору і цивільного правовідношення: нотатки до наукової дискусії / С. Шимон // Юридична Україна. – 2011. – № 4. – С. 58–63.
17. Экономика. Толковый словарь: англ.-рус. / Д. Блэк, А.В. Щедрин, И.М. Осадчая ; общ. ред. И.М. Осадчая. – М. : ИНФРА-М : Весь Мир, 2000. – 830 с.