

# Biuletyn WPHI

Biuletyn Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Moskwie

5 (16)/2008

Szanowni Państwo!

Zapraszamy do lektury piątego, majowego Biuletynu WPHI Ambasady RP w Moskwie.

Liczymy na Państwa uwagi i opinie oraz współpracę na łamach Biuletynu WPHI. Zainteresowanych prosimy o kontakt na adres [poland@polweh.ru](mailto:poland@polweh.ru)

*Marek Zieliński  
I Radca*

## Spis treści:

1. Rynek meblarski w Rosji w 2007 r.....1
2. Rynek drzewny w Rosji – stan i perspektywy..5
3. Instrumenty finansowe wspierania eksportu...10
4. Инвестиционный имидж России и ее регионов .....18
5. Przedsięwzięcia targowo-wystawiennicze w Moskwie w maju i czerwcu 2008 r.....24
6. Wstępna analiza porównawcza polskiego i rosyjskiego prawa autorskiego.....29
7. Практика и особенности правовой охраны товарных знаков в Российской Федерации.....35
8. Przedsięwzięcia wystawiennicze w Rosji.....41

## RYNEK MEBLARSKI W ROSJI W 2007 ROKU<sup>1</sup>

Rynek meblarski w Rosji odnotowuje w ciągu ostatnich kilku lat trwały i stabilny wzrost. Wartość jego produkcji w 2007 roku wyniosła 75,1 mld rubli, co oznacza czterokrotny wzrost w stosunku do roku 2000.

Rynek meblarski w Rosji wykazuje duży stopień centralizacji. Trzy czwarte produkcji skupiona jest w okręgach federalnych: Centralnym (43%), Przywołżańskim (23%) i Południowym (10%). Aż 21% krajowej produkcji przypada na Obwód Moskiewski.

<sup>1</sup> na podstawie: L.G. Goroszczenko, *Mebelnyj rynek Rosji w 2007 roku*, „Mebelnyj mir”, nr 1/2008, s.6-9

<b>Dynamika wzrostu produkcji mebli w Federacji Rosyjskiej w latach 2003-2007 (tys. szt.)</b>			
<b>Rodzaj mebli</b>	<b>2003 r.</b>	<b>2007 r.</b>	<b>zmiana w %</b>
stoły	40000	45300	113,0
krzesła	36300	39400	108,7
fotele	6200	6900	111,0
szafy	31500	49600	157,4
kanapy, tapczany	2600	4700	181,2
wersalki	2100	3600	169,3
łóżka drewniane	7200	10800	149,1

W 2007 r. odnotowano wzrost produkcji stołów (o 7,3% w stos. do 2006 r.), szaf (o 6,3%), kanap i tapczanów (o 10,5%) oraz drewnianych łóżek (o 1,3%). Mniej było krzesel (o 8,1% w stos. do 2006 r.), foteli (o 2,5%) i wersalek (o 4,7%).

W rozpatrywanym okresie zauważalnej zmianie uległa struktura produkcji. W odpowiedzi na zgłaszany rodzimy popyt zwiększył się udział szaf (z 25 do 30%), a zmniejszył udział krzesel (z 29 do 25%) i stołów (z 31% do 28%).

Na uwagę zasługuje segment mebli biurowych, stanowiący 14% rynku meblarskiego, którego wartość wynosi 5,3 mld rubli. Dynamika jego wzrostu w 2007 r. osiągnęła 14%. Aż 58,5% produkcji mebli biurowych przypada na Moskwę i Obwód Moskiewski.

W 2007 r. utrzymało się wysokie tempo wzrostu cen mebli, które wyniosło od 5% do 15% w zależności od rodzaju mebli. Najbardziej podrożały krzesła z miękkim siedziskiem o 15,9% oraz wersalki o 13,1%. Natomiast ceny regałów wzrosły o 5,3%, mebli sypialnianych o 7,2%.

W Rosji odnotowuje się duże zróżnicowanie cenowe w poszczególnych regionach kraju. Rozpiętość cenowa np. w szafach ubraniowych jest ponad pięciokrotna. Najdroższe są meble na wschodzie Rosji (Czukocki Okr. Aut., Obwód Magadański i Kraj Kamczacki), najtańsze na południu kraju (Dagestan, Płn. Osetia i Stawropolski Kraj). Prawie ośmiokrotną rozpiętość cenową można zauważyć w przypadku wersalek. Nic nie wskazuje na to aby w najbliższym czasie powyższa tendencja uległa zmianie.

## ***Przemysł meblarski w Południowym Okręgu Federalnym<sup>2</sup>***

Jednym z wiodących w Rosji i najszybciej rozwijających się ośrodków przemysłu meblarskiego jest Południowy Okręg Federalny. Wartość produkcji w tym okręgu w 2006 r. osiągnęła 7 mld rubli, co stanowiło 11% produkcji krajowej. Dynamika wzrostu wartości produkcji w 2007 roku wyniosła niemal 23%, a mogłaby być jeszcze większa, gdyby nie ograniczenia surowcowe.

Lokomotywą rozwoju sektora meblarskiego na południu Rosji są głównie małe i średnie przedsiębiorstwa, których udział w rynku wynosi 46% (Kraju Krasnodarskim sięga nawet 60%).

Ponad 50% mebli pochodzi z Obwodu Rostowskiego, około 30% - z Kraju Krasnodarskiego, 9% - z Kraju Stawropolskiego, 6-7% - z Obwodu Wołgogradzkiego. Udział pozostałych regionów nie przekracza 4-5%.

W strukturze produkcji dominują meble użytkowe (80%). Udział mebli biurowych nie przekracza 7,5%. Najszybciej rośnie produkcja mebli szkolnych (84,7%), kuchennych (37,8%) i mebli dla salonów (33%).

Dynamika wzrostu wartości produkcji jest znacznie większa niż dynamika wzrostu jej wolumenu, co może świadczyć o przestawianiu się przedsiębiorców na produkcję mebli komfortowych i o wysokiej jakości.

Choć miejscowy popyt na meble pozostaje na tradycyjnie niskim poziomie, to rynek meblarski na południu Rosji cechuje duży potencjał rozwojowy. Czynniki sprzyjającymi wzrostowi są:

- rozwój budownictwa mieszkaniowego
- wzrost potencjału nabywczego ludności wraz ze stopniowym wzrostem jej zamożności
- formowanie się klasy średniej i pojawienie się stabilnej kategorii konsumentów w określonych niszach cenowych
- wzrost aktywności sektora sanatoryjno-uzdrowiskowego i turystycznego oraz innych hurtowych nabywców mebli takich jak: placówki opieki zdrowotnej, edukacji, kultury i in.
- zmiana upodobań konsumentów, wzrost wymagań w stosunku do jakości produktów i usług

---

<sup>2</sup> na podstawie: Galina Nowak, *Mebelnaja promyszennost' Jużniego Federalnogo Okruga: realii i pierspiekiwy*, „Fabrika mebeli”, nr 6/2007, s.18-19 oraz Piotr Żukow, *Mebel dla olimpijskich obiektow*, „Fabrika Mebeli”, nr 6/2007, s.16-17

Dodatkowym bodźcem rozwojowym dla rynku meblarskiego w regionie jest Olimpiada Zimowa 2014, której gospodarzem, decyzją Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego, ma być miasto Soczi położone w Kraju Krasnodarskim.

Przygotowania do wydarzenia tej rangi wiążą się z ogromnymi inwestycjami i dużymi kontraktami na budowę infrastruktury olimpijskiej.<sup>3</sup> W grę wchodzi tu nie tylko obiekty sportowe, ale także hotele, obiekty dla oficjalnych delegacji, sale konferencyjne, dworce, porty, obiekty handlowe, gastronomiczne itd. Zgodnie z federalnymi planami rozwoju miasta Soczi do 2014 roku samych pokoi hotelowych ma powstać prawie 25 tysięcy.

Wszystkie budynki będą wymagały umeblowania. Kontrakty na wyposażenie obiektów olimpijskich będą zawierane na zasadzie otwartych przetargów, co stwarza ogromne szanse, zarówno dla rosyjskich, jak i zagranicznych producentów mebli.

Potrzebne będzie przede wszystkim wyposażenie hoteli i domków dla sportowców oraz wiele mebli użytkowych. Według szacunków rynek mebli hotelowych Kraju Krasnodarskiego może wzrosnąć nawet siedmio-ośmiokrotnie. Przewidywany rozwój gospodarczy regionu ma pociągnąć za sobą pięć-sześciokrotny wzrost popytu na meble biurowe. W dłuższej perspektywie wzrost poziomu życia miejscowej ludności wróży dobrą koniunkturę również na rynku mebli domowych.

Podsumowując, rynek meblarski w Rosji znajduje się w stadium wzrostu i mimo wyżej opisanych trudności dobrze rokuje na przyszłość. Stosunkowo niska konkurencyjność miejscowego przemysłu meblarskiego związana z zacofaniem technologicznym i brakiem rozwiniętej sieci zbytu stwarza obiecujące perspektywy dla przedsiębiorców zagranicznych zdolnych zaoferować nowoczesne i konkurencyjne wyroby. Szczególnie interesującym regionem dla inwestycji wydaje się być Południowy Okręg Federalny, wykazujący dużą dynamikę wzrostu m.in. w związku z przygotowaniem do Olimpiady Zimowej 2014 w Soczi.

### **WPHI na XI Międzynarodowej Wystawie Mebli i Maszyn do Obróbki Drewna „UMIDS-2008” 27-30 marca 2008 r. w Krasnodarze**

Biorąc po uwagę powyższe uwarunkowania Wydział Promocji Handlu i Inwestycji w Moskwie wziął udział w XI Międzynarodowej Wystawie Mebli i Maszyn do Obróbki Drewna „UMIDS-2008”, która odbywała się w dniach 27-30 marca 2008 r. w Krasnodarze.

W wystawie uczestniczyły 532 firmy rosyjskie i zagraniczne, przy czym wśród wystawców zagranicznych dominowały firmy włoskie. Polskie meble i akcesoria meblowe prezentowane były na sześciu stoiskach rosyjskich dystrybutorów.

---

<sup>3</sup> więcej na ten temat w: Magdalena Kałuża, *Olimpiada w Soczi*, „Biuletyn WPHI”, nr 2(13)/2008, s.10-14, <http://www.polweh.ru/biuletyny/B8-2.pdf> oraz Helena Rowba, *Rosną koszty Olimpiady Zimowej w Soczi 2014*, „Biuletyn WPHI”, nr 4(15)/2008, s. 24-25, [http://www.polweh.ru/\\_pre/B8-4.pdf](http://www.polweh.ru/_pre/B8-4.pdf)

Na stoisku promocyjno-informacyjnym wydziału prezentowane były materiały informacyjne (katalogi, ulotki, prospekty) związane z polskim przemysłem meblowym. Dużym zainteresowaniem cieszyły się przygotowane przez WPHI CD-Rom'y, które zawierały katalog polskich producentów mebli, tkanin obiciowych i akcesorii meblowych.

Na stoisko WPHI zgłaszały się rosyjskie firmy meblarskie zainteresowane zakupem m.in. gąbki tapicerskiej i okuć meblowych.

Rosyjskie firmy handlowe podkreślały w rozmowach, że w latach 90-tych (do czasu podwyższenia ceł importowych) polskie meble były dobrze znane na miejscowym rynku. Przedstawiciele firm (dystrybutorzy) deklarowali zainteresowanie powrotem do importu mebli z Polski, poszukując równocześnie nowej oferty polskich producentów, zwłaszcza mebli tapicerowanych.

Rosyjscy producenci biorący udział w wystawie zainteresowani byli także nawiązaniem współpracy kooperacyjnej z polskimi firmami meblarskimi.

Południe Rosji (Kraj Krasnodarski, Kraj Stawropolski, Obwód Rostowski) to obszar zamieszkały przez ok. 10 mln mieszkańców, dlatego też konieczne jest zwiększenie aktywności handlowej naszych eksporterów w tym regionie.

*Opr.: WPHI i Michał Jurkiewicz, student Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz Uniwersytetu Warszawskiego, praktykant WPHI Ambasady RP w Moskwie*

---

## **RYNEK DRZEWNY W ROSJI – STAN I PERSPEKTYWY<sup>4</sup>**

Na przekór oczekiwaniom, rosyjski przemysł drzewny odradza się. Potwierdza to znaczący rozwój produkcji w ostatnim czasie.

Powoli zaczyna działać Kodeks Leśny. Wiele regionów zaczyna wprowadzać akty wykonawcze, które pozwolą stosować Kodeks w praktyce.

Przedsiębiorcy zaczynają wchodzić na nowe segmenty rynku drzewnego. Przykładowo spółka Ilim zaplanowała produkcję kartonu kredowego, którego w Rosji do tej pory nie produkowano, natomiast SZLK wprowadza nową maszynę do produkcji papieru.

Zgodnie z danymi Rosyjskiego Urzędu Statystycznego, produkcja tarcicy w okresie styczeń – sierpień 2007 roku, w porównaniu do analogicznego okresu w roku poprzednim, wzrosła o 2,3%; produkcja sklejek o 1,4%, produkcja drzewno – włóknistych płyt twardych o

---

<sup>4</sup> na podstawie: *Business Guid* dodatku do gazety „*Kommersant*” z 29.10.2007 r..

5,2%, produkcja drzewno- wiórowych płyt o 3,4%. Ostatnie dwie wymienione pozycje są najbardziej wzrostowe w branży leśnej.

Produkcja w branży leśnej w okresie styczeń – sierpień 2007 roku

Nazwa produktu	styczeń - sierpień		%
	2006	2007	
drewno użytkowe (mln m <sup>3</sup> )	62,3	64,9	4,2
tarcica (mln m <sup>3</sup> )	14,8	15,1	2,3
sklejka (mln m <sup>3</sup> )	1,79	1,8	1,4
drzewno-włókniste płyty twarde (mln m <sup>3</sup> )	252,7	265,8	5,2
drzewno-wiórowe płyty (mln m <sup>3</sup> )	3,0	3,4	13,4
celululoza (mln ton)	1,58	1,6	1,2
papier (mln ton)	2,72	2,71	-0,4
karton (mln ton)	2,22	2,28	2,7

Wzrost produkcji tłumaczy się głównie wzrostową tendencją popytu na jakościowe rosyjskie meble. Czynnikiem napędzającym rozwój całej branży leśnej jest gwałtownie rosnący sektor budowlany i meblowy.

### PRACE TRACKIE

Według danych Russian Forestry, pracami trackimi w Rosji zajmuje się ponad 25 tysięcy przedsiębiorstw i przedsiębiorców, ich łączna wielkość zdolności produkcyjnych wynosi 34,6 mln m<sup>3</sup> rocznie. Prace trackie wykonywane przez małe przedsiębiorstwa, których produkcja nie przekracza 5 tys. m<sup>3</sup>, stanowią do 50 % ogółu. Natomiast duże przedsiębiorstwa o wydajności od 30 tys. do 100 tys. m<sup>3</sup>, produkują w sumie tylko jedną piątą ogólnej produkcji.

Sprzęt trakowy w dalszym ciągu pozostaje na dość niskim poziomie. Tylko 6% tarcicy i odpadów tartacznych produkowane jest na taśmie tnącej, 7% na profilujących agregatach, a 8% za pomocą piły mechanicznej. Bardzo duża część tarcicy wytwarzana jest na ramach piły, charakteryzującej się dużą energochłonnością, niską wydajnością oraz małojakościowym produktem.

Rosyjskie przedsiębiorstwa zajmujące się przetwarzaniem, podobnie jak Russian Forestry, uważają, iż jest to kierunek perspektywiczny, chociaż może jeszcze mało doceniany. Najprawdopodobniej w latach 2007 – 2009, zacznie się masowe budowanie tartaków, budowa

których jest 30 – 50 razy tańsza, a zwrot nakładów szybszy, niż w segmencie celulozowo – papierniczym. Powstawanie nowych tartaków jest najbardziej widoczne w przygranicznych regionach Rosji, przede wszystkim w Syberii, Karelii, województwie leningradzkim. Właśnie z tamtych regionów większa część produkcji, głównie w okrągłej postaci, jest wywożona zagranicę.

## PIŁOWAĆ I KLEIĆ

Jednym z najbardziej popularnych produktów przetworzonych jest sklejka. Intensywny rozwój produkcji przeżyła ona w okresie 1951 – 1965. Z początkiem przeprowadzania reform ekonomicznych w Rosji w 1992 roku, produkcja sklejek zaczęła spadać, a do 1995 roku spadła o ponad 40%. Wykorzystanie sklejek w produkcji mebli spadło 3,5 – 4 - krotnie, a w budownictwie 3 – 3,5 - krotnie. Właśnie na te gałęzie przypadało około 75 – 80% wykorzystywania wytworzonych sklejek. W rezultacie ogromnego spadku popytu wewnątrz kraju, przedsiębiorstwa zaczęły poszukiwać zagranicznych rynków zbytu. W 1995 roku eksport sklejek sięgał już 71,4%. W 1996 i 1997 roku eksport nieco spadł, w wyniku osłabienia kursu dolara i wysokiej inflacji. W ciągu siedmiu lat, 1991-1997, produkcja sklejek w Rosji zmniejszyła się o 41%, natomiast eksport wzrósł dwukrotnie. W okresie 1998 – 2006, produkcja sklejek w Rosji wzrosła prawie 2,4 – krotnie, a średnioroczne tempo wzrostu wyniosło 11,3%. Wzrost produkcji sklejek wydaje się być szczególnie ważny, zwłaszcza w świetle przyjętych niedawno projektów narodowych.

Klejone konstrukcje drewniane (KKD), są jednym z najbardziej nowoczesnych materiałów budowlanych. Obecnie światowa produkcja KKD przewyższa 4,5 mln m<sup>3</sup>. Rosja na razie wytwarza tylko 2% tej wielkości, chociaż w ciągu ostatnich kilku lat produkcja zwiększyła się ponad dziesięciokrotnie. Jest ona hamowana z różnych powodów. Po pierwsze akty normatywne, dotyczące produkcji i wykorzystania KKD, są przestarzałe oraz nie odpowiadają właściwościom materiału, a także nie spełniają światowych standardów. W związku z niepełnym wykorzystaniem KKD i cłami na jakościowe obrabiarki zagraniczne, rosyjskie przedsiębiorstwa są mało konkurencyjne. Wytwarzają one KKD o 15 – 20% drożej niż w Europie.

Jeśli chodzi o płyty wiórowe, to ich pozycja na rosyjskim rynku wciąż się umacnia. Głównymi dostawcami są fabryki „Egger” (Niemcy), „Glunc” (Niemcy), „Kronopol” (Polska) i „Kronospan” (Bułgaria). Wschód Rosji zaopatrywany jest głównie przez USA, Kanadę i Japonię, jednak nie są to dostawy o dużych rozmiarach. Najbardziej dynamicznie rozwija się rynek w zachodniej części Rosji. Zgodnie z danymi służb celnych, liderem importu płyt wiórowych jest Sankt Petersburg. W 2006 roku sprowadzono aż 89 tys. m<sup>3</sup>. Dalej w kolejności uplasowały się: Kaliningrad, Moskwa i Perm.

Właściwości płyt wiórowych, m.in. wytrzymałość, sprawiają, iż jest to materiał pożądanym przez firmy budowlane. Szansą dla wzrostu zapotrzebowania na płyty wiórowe jest kształtujący się w Rosji rynek materiałów budowlanych na potrzeby indywidualne, DIY (do it yourself – zrób to sam). Cena za 1 m<sup>3</sup> płyty importowanej oscyluje w obrębie 380 - 450 EUR. Cena ta zależy od wielu czynników. Obecnie największym zainteresowaniem cieszą się zwykle płyty klasy 3, bez żadnej dodatkowej obróbki, reszta jest realizowana głównie na zamówienie.

Na dzień dzisiejszy największe zapotrzebowanie na płyty wiórowe w Rosji przypada, mniej więcej w tym samym stopniu, na segment budownictwa mieszkaniowego oraz segment prac wykończeniowych i remontowych.

Płyty wiórowe na rynek rosyjski są przywożone głównie z Europy, ale może niedługo w Rosji powstanie krajowy producent.

Produkcja i wykorzystanie płyt wiórowych mają bardzo dobrą perspektywę rozwoju na rosyjskim rynku. Materiał ten, obecnie już w miarę szeroko jest wykorzystywany, ale wciąż opanowuje coraz to nowe nisze rynkowe.

Prognozuje się, iż wzrost zapotrzebowania na płyty wiórowe na rosyjskim rynku w 2008 roku wzrośnie do 400 – 450 tys. m<sup>3</sup>.

## SEKTOR PRZETWÓRCZY

Gałąź przetwórcza będzie najprawdopodobniej najszybciej rozwijającym się segmentem branży leśnej. Jednak nawet będąc liderem, w poprzednim roku, nie nadążyła ona za średnim wzrostem gospodarczym Rosji. Przetwórstwo wyprzedzało inne gałęzie przemysłu drzewnego, również pod względem tempa wzrostu zysku, który wyniósł 33%. Na drugim miejscu znalazła się gałąź celulozowo – papiernicza (+25%), dalej prace zrębowe (+11,7%). W połowie 2007 zauważalny był wzrost inwestycyjnej atrakcyjności całej branży leśnej w Rosji. Wzrost wielkości długoterminowych inwestycji w sektor przetwórczy w pierwszym kwartale 2007, w porównaniu z analogicznym okresem w 2006 roku, wyniósł 41,7%. Natomiast inwestycje w sektor celulozowo – papierniczy wzrosły o 16,8%. Najmniej atrakcyjnym segmentem dalej pozostaje segment prac zrębowych.

Sektor przetwórczy długo nie cieszył się zainteresowaniem ze strony państwa. Dopiero w ostatnich latach zauważalne były działania władz wspomagające przedsiębiorstwa w danym segmencie. W 2005 roku po raz pierwszy zniesiono cło na nowoczesny sprzęt sprowadzany z zagranicy. Jednak nie wszystkim udało się skorzystać z tego ułatwienia, gdyż zniesienie cła obowiązywało nie cały rok.

Najważniejszym wydarzeniem, stała się zmiana w polityce taryfowo – celnej, dokonana w 2007 roku. Począwszy od 23 czerwca zniesione zostały cła eksportowe na wywóz tarcicy iglastej i drzew twaroliściastych. Natomiast od 1 lipca wzrosło cło na eksport okrągłego lasu.



Russian Forestry prognozuje, iż niedługo eksport okrągłego lasu stanie się nieopłacalnym. Ta część drewna, która była wywożona zagranicę, zostanie wykorzystana do przeróbki w kraju. Jednak istniejące obecnie w Rosji moce produkcyjne nie pozwalają na obróbkę takiej ilości drewna. Dlatego też, wkrótce rozpocznie się budowa krajowych przedsiębiorstw przetwórczych.

Przedsiębiorcy twierdzą, że państwo już poczyniło pewne działania, mające na celu wzrost rozwoju sektora przetwórczego. Teraz najważniejsza regulacja powinna się dokonać na samym rynku, dzięki popytowi. Atrakcyjność rynku będzie ciągle wzrastać, zwłaszcza jeśli produkcja zostanie udoskonalona i zacznie spełniać w pełni światowe standardy. Prawdopodobnie będzie to szansa dla wzrostu eksportu nie tylko mało jakościowych produktów, jak do tej pory, ale również wysokoprzetworzonych, o dużej wartości dodanej. Specjaliści liczą też na to, iż przedsiębiorcy zajmujący się do tej pory eksportem okrągłego lasu, przejdą do sektora przetwórczego.

Podsumowując, eksperci twierdzą, że w przyszłości będzie zauważalny wzrost wszystkich gałęzi przetwórstwa drewna, chodzi tu głównie produkty wysokoprzetworzone wewnątrz kraju. W dużym stopniu sprzyja temu, wprowadzone cła zaporowe na eksport okrągłego drewna.

Obecnie sytuacja na rynku drzewnym w Rosji wygląda dość stabilnie. Coraz więcej producentów zagranicznych aktywnie działa w branży, planując budowy coraz to nowych fabryk.

Jednak najważniejsze jest to, że powoli zmienia się wizerunek przemysłu drzewnego. Poprzednio utożsamiany on był jako niebezpieczny i dziki.

Pomimo, że wciąż kwitnie nielegalny przewóz drewna do Chin, to nie jest on już jedyną przyczyną prac zrębowych i przetwórczych. Jest to między innymi zasługa państwa. Władze Federacji Rosyjskiej aktywnie stymulują przetwarzanie drewna wewnątrz kraju. Przedsiębiorcy jeszcze oczekują tylko od władz wstrzymania wzrostu taryfy na przewozy kolejowe, które pozwoliłyby na sprzedaż produkcji po bardziej korzystnych cenach.

Optymistyczne jest też to, że według analityków, segmenty sklejek, płyt drzewnych oraz desek klejonych rosną i tendencja ta w najbliższym czasie nie ulegnie zmianie.

*Opr.: Helena Rowba, Studentka Wydziału Nauk Ekonomicznych Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu – V rok stosunków międzynarodowych, praktykantka WPHI Ambasady RP w Moskwie*

---

# INSTRUMENTY FINANSOWE WSPIERANIA EKSPORTU

(w oparciu o działalność Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A.)



Instrumenty finansowe wspierania eksportu są bardzo istotne w intensyfikacji wymiany handlowej. W Polsce oficjalne wsparcie kredytów eksportowych realizowane jest w następujących formach:

1. **kredytów rządowych**, w tym udzielanych w oparciu o warunki pomocy wiązanej. Do korzystania z kredytów w ramach pomocy wiązanej uprawnione są wybrane kraje rozwijające się, znajdujące się na liście publikowanej przez OECD.
2. **dopłat do oprocentowania kredytów eksportowych (DOKE) o stałych stopach procentowych** udzielanych przez Bank Gospodarstwa Krajowego. Program DOKE umożliwia bankom komercyjnym oferowanie średnio- i długoterminowych kredytów na eksport polskich towarów i usług o stałej stopie procentowej CIRR przez cały okres kredytowania bez obawy, że krótkoterminowe stopy procentowe wzrosną. Pozwala oferować zagranicznym nabywcom polskich towarów i usług kredyty eksportowe o okresie spłaty powyżej 2 lat na warunkach identycznych z tymi, jakie oferowane są przez inne kraje OECD.
3. **ubezpieczeń kredytów eksportowych** realizowanych przez Korporację Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A. (KUK E S.A.)- [www.kuke.com.pl](http://www.kuke.com.pl)

W krajach o zaawansowanej gospodarce rynkowej **system ubezpieczeń kredytów eksportowych** zapewniający otrzymanie należności z tytułu sprzedaży towarów lub usług z odroczonym terminem płatności odgrywa podstawową rolę w popieraniu sprzedaży eksportu. Pozwala on ograniczyć ryzyko związane z prowadzeniem transakcji z zagranicznym partnerem handlowym poprzez profesjonalną ocenę wiarygodności płatniczej kontrahenta.

Trudności w finansowaniu eksportu i niemożność dochodzenia swoich praw na rynkach zagranicznych spowodowały, że zaczęto zauważać ubezpieczenie kredytów jako ważny instrument wspierania eksportu.

Na początku ubezpieczeniem zajmowały się prywatne firmy ubezpieczeniowe, jednak ze względu na ograniczone środki i możliwości, nie były one w stanie ubezpieczać większych transakcji eksportowych. Zmusiło to poszczególne rządy do zaangażowania się w finansowanie i

zabezpieczanie kredytów eksportowych. Poprzez wspieranie zabezpieczenia kredytów, co bezpośrednio wpływa na wzrost sektora eksportowego, państwo stara się zapewnić korzystne warunki dla rozwoju wzrostu gospodarczego. Ubezpieczanie jest nie tylko ważnym elementem polityki proeksportowej, ale również instrumentem kształtującym stosunki z zagranicznymi partnerami. Obecnie we wszystkich krajach rozwiniętych kredyty są udzielane na rachunek państwa lub też eksporterzy korzystają z finansowych gwarancji państwa.

KUKE S.A. oferuje rozwiązania, które łączą ubezpieczenia kontraktów eksportowych i krajowych z informacją kredytową oraz zarządzaniem portfelem należności. Jej celem statutowym jest „wspieranie ubezpieczeniami i gwarancjami eksporterów i instytucji finansujących eksport krajowych produktów i usług poprzez stworzenie instytucji przyjaznej polskiemu eksporterom, sprawnej i elastycznej, dostosowującej działalność do ich potrzeb, a jednocześnie silnej finansowo i wiarygodnej dla partnerów w kraju i za granicą.”.

Obecnie polisy KUKE S.A. zapewniają **ochronę ubezpieczeniową** należności eksportowych z ponad 190 rynków świata (towarzystwo posiada mandat ustawowy na prowadzenie gwarantowanych przez Skarb Państwa ubezpieczeń eksportowych w odniesieniu do rynków nie ubezpieczanych przez inne prywatne agencje ubezpieczeniowe), a także ułatwiają uzyskanie finansowania zewnętrznego dla realizacji kontraktu dzięki możliwości wykorzystania cesji praw z ubezpieczenia w celu zabezpieczenia spłaty kredytu bankowego lub ubezpieczenia transakcji faktoringowych.

**Ubezpieczenia sprzedaży eksportowej** towarów i usług obejmują swoim zakresem sprzedaż związaną ze świadczeniem usług lub wywozem towarów poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w tym także na teren Unii Europejskiej.

Dodatkowo każdy polski przedsiębiorca ma możliwość **ubezpieczenia sprzedaży krajowej** na dogodnych warunkach i przy zapewnieniu profesjonalnej oceny swoich kontrahentów.

Aktualna oferta produktowa KUKE S.A. dostosowana została do standardów europejskich. Polscy przedsiębiorcy mogą korzystać w zakresie produktów ubezpieczeniowych z podobnego wsparcia jak ich zagraniczni konkurenci.

Oferowane przez KUKE S.A. ubezpieczenia eksportowe mogą dotyczyć:

- kredytów eksportowych,
- kontraktów eksportowych,
- inwestycji bezpośrednich za granicą,
- kosztów poszukiwania zagranicznych rynków zbytu.

Ubezpieczenia eksportowe mogą być realizowane w formie ubezpieczenia bezpośredniego, pośredniego (reasekuracji), czy też udzielenia przez KUKĘ S.A. gwarancji ubezpieczeniowej. Ubezpieczenia te odnoszą się zarówno do kredytu dostawcy, jak i kredytu dla nabywcy polskich towarów.

Ubezpieczenie kredytów i kontraktów eksportowych obejmuje szkody poniesione w następstwie zdarzeń określanych jako ryzyko handlowe oraz zdarzeń mających charakter polityczny lub katastrofalny. W przypadku inwestycji bezpośrednich za granicą ubezpieczenie obejmuje szkody powstałe w następstwie zdarzeń o charakterze politycznym. Natomiast ubezpieczenie kosztów poszukiwania zagranicznych rynków zbytu obejmuje uzasadnione koszty i wydatki poniesione w związku z poszukiwaniem zagranicznych rynków zbytu na wypadek niezawarcia z kontrahentem zagranicznym na danym rynku zamierzonego kontraktu eksportowego z przyczyn niezależnych od przedsiębiorcy krajowego.

Systemem ubezpieczeń eksportowych gwarantowanych przez Skarb Państwa objęte zostały wszystkie kredyty eksportowe o okresie spłaty 2 i więcej lat, a także kredyty eksportowe o okresie spłaty poniżej 2 lat, które są ubezpieczone od tzw. ryzyka nierynkowego. W ramach tej grupy ryzyka eksporter zabezpiecza się od bankructwa i zwłoki w płatnościach, jak również zdarzeń mających charakter polityczny i katastrofalny.

## **I. PRODUKTY KRÓTKOTERMINOWE (KONTRAKTY Z ODROZCZONYM TERMINEM PŁATNOŚCI DO 2 LAT)**

### **1. EUROPOLISA**

Prosty produkt ubezpieczeniowy, o czytelnych zasadach ustalania składki, bez nadmiernych obowiązków ubezpieczającego. EUROPOLISA jest ubezpieczeniem przeznaczonym dla małych przedsiębiorców. Występuje tu zabezpieczenie się firmy przed nieotrzymaniem zapłaty za wysłany towar lub zrealizowaną usługę w sytuacji, gdy została prawnie stwierdzona niewypłacalność (bankructwo kontrahenta), lub kontrahent przez długi czas (powyżej 180 dni) zwleka z zapłatą za dostawy wynikające z kontraktu. Ubezpieczenie to posiada szereg korzyści m. in. obniżenie kosztów działalności i obsługi sprzedaży (sprawdzanie i monitorowanie sytuacji finansowej kontrahenta, zabezpieczeń płatności, windykacji).

### **2. Ubezpieczenie krótkoterminowych należności eksportowych na podstawie realizowanych obrotów**

Taka forma ubezpieczenia należności jest szczególnie korzystna dla eksporterów realizujących sprzedaż cykliczną.

### **3. Ubezpieczenie krótkoterminowych należności eksportowych na podstawie salda niezapłaconych należności**

Taka forma ubezpieczenia należności jest szczególnie korzystna dla eksporterów realizujących sprzedaż cykliczną, z terminem odroczenia płatności do 30 dni, ponieważ składka jest naliczana na podstawie comiesięcznych zgłoszeń sald niezapłaconych należności.

#### **4. Pakietowe ubezpieczenie krótkoterminowych należności eksportowych i krajowych na podstawie realizowanych obrotów**

Produkt przeznaczony jest dla przedsiębiorstw realizujących transakcje związane ze sprzedażą krajową oraz eksportem towarów lub realizacją usług poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Przedmiotem ubezpieczenia są należności powstałe z tytułu dostaw towarów lub wykonania usług płatne w terminie do 2 lat w przypadku sprzedaży eksportowej i do 1 roku w przypadku sprzedaży krajowej. Zabezpiecza ono firmę przed nieotrzymaniem zapłaty za wysłany towar lub zrealizowaną usługę w sytuacji urzeczywistnienia się ryzyka handlowego, a w przypadku sprzedaży eksportowej również urzeczywistnienia się ryzyka politycznego.

#### **5. Pakietowe ubezpieczenie krótkoterminowych należności eksportowych i krajowych na podstawie salda niezapłaconych należności**

Przedmiotem ubezpieczenia są bezsporne należności powstałe z tytułu dostaw towarów lub wykonania usług płatne w terminie do 2 lat w przypadku sprzedaży eksportowej i do 1 roku w przypadku sprzedaży krajowej. Ubezpieczeniem objęte są należności, które nie zostały uregulowane według stanu na koniec miesiąca (saldo należności).

#### **6. Ubezpieczenie kontraktów eksportowych od ryzyka nierynkowego - ryzyko kredytu**

Adresatem ubezpieczenia są eksporterzy realizujący kontrakty z odbiorcami prywatnymi i publicznymi z 30 wybranych krajów podwyższonego ryzyka. Jest to jedyny taki produkt ubezpieczeniowy na rynku, oferowany tylko przez KUKE S.A.- gwarantowane przez Skarb Państwa ubezpieczenie kontraktów eksportowych. Przedmiotem ubezpieczenia są należności powstałe z tytułu kontraktów eksportowych na dostawy towarów lub wykonanie usług płatne w terminie do 2 lat.

#### **7. Ubezpieczenie kontraktów eksportowych od ryzyka nierynkowego - ryzyko produkcji**

Adresatem produktu są przedsiębiorcy krajowi realizujący kontrakty eksportowe z odbiorcami z 30 wybranych krajów podwyższonego ryzyka. Przedmiot ubezpieczenia stanowią koszty poniesione przez Ubezpieczającego w związku z realizacją zobowiązań wynikających z zawartego kontraktu eksportowego. Umowa ubezpieczenia ryzyka produkcji może zostać zawarta pod warunkiem jednoczesnego ubezpieczenia ryzyka kredytu (po wysyłce towaru lub zrealizowaniu usługi).

## **II. PRODUKTY ŚREDNIO I DŁUGOTERMINOWE (KONTRAKTY Z ODROZCZONYM TERMINEM PŁATNOŚCI 2 I WIĘCEJ LAT)**

### **1. Ubezpieczenie kredytu dostawcy**

Przedmiotem ubezpieczenia są należności z tytułu realizacji kontraktu eksportowego dotyczącego dostaw krajowych towarów i usług, finansowanego kredytem o okresie spłaty 2 i więcej lat. Koszty i wydatki poniesione przez Ubezpieczającego w związku z realizacją kontraktu eksportowego przed wysyłką towarów lub realizacją usług. Jedną z zalet jest możliwość ubezpieczania międzynarodowych projektów eksportowych realizowanych przez eksporterów z kilku krajów w ramach jednej polisy (w drodze reasekuracji wspólnie z agencjami ubezpieczeń kredytów eksportowych, z którymi KUKKE S.A. zawarła umowy o reasekuracji) oraz dostęp do Programu DOKE prowadzonego przez BGK.

### **2. Ubezpieczenie kredytu dla nabywcy**

Skierowane jest do banków lub innych instytucji finansujących kontrakty eksportowe realizowane przez polskich przedsiębiorców. Niewątpliwą zaletą tego ubezpieczenia jest możliwość natychmiastowego otrzymania należności za dostarczone towary czy zrealizowane usługi, po przedstawieniu w banku dokumentów potwierdzających wykonanie całości lub części dostaw bądź usług objętych kontraktem eksportowym, oraz możliwość uzyskania środków w trakcie produkcji poprzez rozłożenie wypłat z kredytu.

### **3. Ubezpieczenie leasingu finansowego**

Adresatem produktu są instytucje dokonujące leasingu finansowego krajowych towarów dostarczanych przez polskich przedsiębiorców.

### **4. Program Forfaiting - ubezpieczenie średnio i długoterminowych wierzytelności wykupionych przez bank**

Banki lub inne instytucje finansowe, które nabywają wierzytelności krajowych eksporterów powstałe z tytułu udzielonych przez nich zagranicznym dłużnikom kredytów dostawcy mogą ubezpieczyć bezsporne, istniejące, wolne od protestów na rzecz osób trzecich należności pieniężne powstałe z tytułu wykupionych przez instytucję finansową wierzytelności od zagranicznych dłużników. Korzyścią jest tu m.in. możliwość ubezpieczenia należności wynikających z kontraktu eksportowego po rozpoczęciu realizacji kontraktu oraz możliwość zabezpieczenia się w zakresie skupowanych przez instytucje finansowe wierzytelności od ryzyka braku spłaty należności przez zagranicznego kontrahenta.

### **III. UZUPEŁNIAJĄCE PRODUKTY UBEZPIECZENIOWE DLA ESKPORTERÓW**

#### **1. Ubezpieczenie strat finansowych z tytułu ryzyka kursowego**

Eksporter realizujący transakcje eksportowe w EUR z odroczonym terminem płatności do 60 dni, może ubezpieczyć straty poniesione w wyniku spadku kursu EUR w złotych o więcej niż 2% i o mniej niż 15%. Ubezpieczenie obejmuje straty zarówno w przypadku otrzymania przez eksportera zapłaty od kontrahenta zagranicznego, jak i w przypadku braku zapłaty i otrzymania z tego tytułu od zakładu ubezpieczeń odszkodowania. Dzięki temu można ograniczyć wpływ niekorzystnych dla eksportera zmian kursu EUR w złotych na opłacalność realizowanych kontraktów eksportowych oraz uzyskać dodatkowe przychody z tytułu wzrostu kursu EUR w złotych stanowiące w całości zysk eksportera.

#### **2. Ubezpieczenie inwestycji bezpośrednich za granicą**

Ubezpieczenie inwestycji jest skierowane do przedsiębiorców krajowych prowadzących działalność produkcyjną, usługową oraz handlową, którzy planują inwestycje za granicą w postaci nakładów pieniężnych lub w postaci wartości niematerialnych i prawnych. Ubezpieczyć mogą się również przedsiębiorcy, którzy zamierzają w ramach planowanej inwestycji wnieść nakłady rzeczowe.

#### **3. Ubezpieczenie kosztów poszukiwania zagranicznych rynków zbytu**

W przypadku, gdy przedsiębiorstwo planuje rozpocząć ekspansję na zagraniczne rynki zbytu w celu zwiększenia swojej sprzedaży przydatne jest ubezpieczenie kosztów poszukiwania zagranicznych rynków zbytu. KUKA S.A. oferuje jedyne ubezpieczenie na polskim rynku, które pomaga zachować płynność finansową podczas ponoszenia kosztów związanych z wejściem na zagraniczne rynki zbytu.

### **IV. GWARANCJE KONTRAKTOWE**

#### **1. Gwarancje przetargowe**

Gwarancje wystawia się na zlecenie polskich eksporterów na rzecz importerów zagranicznych. Przedmiotem gwarancji zapłata importerowi określonej w gwarancji kwoty, w przypadku gdyby zleceniodawca, który wygrał przetarg, odmówił podpisania kontraktu na warunkach oferty lub w inny sposób naruszył zobowiązania wynikające z przystąpienia do przetargu. Gwarancja przetargowa jest składana jako wadium przez przystępującego do przetargu.

## **2. Gwarancje zwrotu zaliczki**

Gwarancje wystawia się na zlecenie polskich eksporterów na rzecz importerów zagranicznych. Przedmiotem gwarancji jest zwrot zaliczki wpłaconej przez importera polskiemu eksporterowi w przypadku nie wywiązania się ze zobowiązań przez eksportera.

## **3. Gwarancje wykonania kontraktu**

Gwarancje wystawia się na zlecenie polskich eksporterów na rzecz importerów zagranicznych. Przedmiotem gwarancji jest zapłata importerowi określonej w gwarancji kwoty, w przypadku gdy zleceniodawca (eksporter) nie wykona, bądź nieprawidłowo wykona kontrakt i odmówi naprawienia szkody, zrekompensowania straty bądź też zapłacenia kar umownych.

## **4. Gwarancje dobrego wykonania kontraktu**

Gwarancje wystawia się na zlecenie polskich eksporterów na rzecz importerów zagranicznych. Przedmiotem jest zapłata importerowi określonej w gwarancji kwoty, w przypadku gdy zleceniodawca (eksporter) odmówi naprawienia szkody, bądź też zrekompensowania straty w okresie rękojmi.

## **5. Regwarancje**

Korporacja udziela również regwarancji będących zabezpieczeniem gwarancji wystawionych przez bank. Regwarancja może być wykorzystana przez eksportera jako zabezpieczenie dla banku wystawiającego gwarancję kontraktową na rzecz importera. Regwarancje zwalniają przedsiębiorcę z konieczności stosowania innych zabezpieczeń wykonania kontraktów, w odróżnieniu od gwarancji bankowej nie obciążają linii kredytowej eksportera oraz zwiększają wiarygodność przedsiębiorcy wobec partnera zagranicznego.

## **6. Gwarancje dla banków potwierdzających akredytywy**

Oferta skierowana jest do banków krajowych potwierdzających akredytywy wystawione przez banki zagraniczne na rzecz polskich eksporterów z odroczonym terminem zapłaty, nie przekraczającym 2 lat. Gwarancje są bezwarunkowym, nieodwołalnym i płatnym na pierwsze żądanie zobowiązaniem Korporacji do pokrycia części płatności (do 100%) wynikającej z akredytywy w przypadku niezrealizowania zobowiązań przez bank zagraniczny, który otworzył akredytywę. Gwarancje te posiadają dużo zalet m.in. dywersyfikacja ryzyka poprzez umożliwienie współpracy polskich banków z przeważającą liczbą banków zagranicznych otwierających akredytywy.

## **7. Gwarancje ubezpieczeniowe w zakresie produkcji towarów przeznaczonych na eksport.**

Adresatem są banki finansujące kontrakty eksportowe. Gwarancje są nieodwołalnym zobowiązaniem Korporacji do zapłaty bankowi określonej kwoty pieniężnej w przypadku, gdy eksporter realizujący kontrakt eksportowy nie wypełni wobec banku zobowiązań wynikających z



umowy kredytu na skutek niewywiązania się importera z płatności wynikających z kontraktu eksportowego. Zaletą jest zmniejszenie ryzyka banku finansującego kontrakty eksportowe.

## **V. PROGRAM „KREDYTY EKSPORTOWE DO FEDERACJI ROSYJSKIEJ”.**

Jeśli chodzi o ofertę KUKI S.A., wspierającą wymianę handlową pomiędzy polskimi przedsiębiorcami z ich rosyjskimi partnerami, ciekawy wydaje się być **Program „Kredyty Eksportowe do Federacji Rosyjskiej”**. Program jest prowadzony w ramach ubezpieczeń gwarantowanych przez Skarb Państwa, a jego adresatami są banki krajowe i zagraniczne finansujące kontrakty eksportowe realizowane przez polskich przedsiębiorców z kontrahentami rosyjskimi oraz polscy przedsiębiorcy, dokonujących eksportu krajowych towarów i usług na rynek rosyjski na zasadach kredytu o okresie spłaty od 2 do 5 lat. Podstawowym elementem funkcjonowania Programu jest włączenie się do transakcji banku rosyjskiego w roli bezpośredniego kredytobiorcy lub gwaranta spłaty kredytu zaciągniętego przez rosyjskiego importera. Program „Kredyty Eksportowe do Federacji Rosyjskiej” ma na celu ułatwienie i intensyfikację wymiany handlowej.

### **Zasady funkcjonowania Programu**

Program funkcjonuje zarówno w ramach ubezpieczenia kredytu dostawcy (kredyt kupiecki) jak i ubezpieczenia kredytu dla nabywcy. W ramach kredytu dostawcy rosyjski bank objęty Programem występuje w roli gwaranta spłaty należności od importera rosyjskiego. W ramach kredytu dla nabywcy rosyjski bank może występować bądź w roli kredytobiorcy, bądź w roli gwaranta spłaty należności od importera rosyjskiego. Program tworzy więc trzy rodzaje zależności pomiędzy stronami kontraktów eksportowych, które objęte są ochroną ubezpieczeniową KUKI S.A.

### **Korzyści płynące z Programu “Kredyty eksportowe do Federacji Rosyjskiej”:**

- udostępnia możliwość objęcia ochroną ubezpieczeniową należności z tytułu kontraktów eksportowych realizowanych w kredycie od 2 do 5 lat, w ramach których gwarantem lub dłużnikiem są rosyjskie banki objęte Programem,
- ułatwia bankom polskim nawiązanie współpracy z bankami rosyjskimi,
- pozwala bankom polskim na intensyfikację działalności kredytowej na rynku rosyjskim,
- tworzy warunki dla rozwoju rozliczeń finansowych z tytułu transakcji eksportowych między polskimi i rosyjskimi bankami,
- skraca procedury rozpatrywania zapytań o możliwość udzielenia ochrony ubezpieczeniowej

***W dniu 16 kwietnia 2008 WPHI Ambasady RP w Moskwie zorganizował konferencję pt. „Polskie inwestycje w Rosji – Rosyjskie inwestycje w Polsce. Perspektywy rozwoju”. Poniżej prezentujemy Państwu wykład prof. W.P.Karawajewa, Szefa Grupy ds. Inwestycji Zagranicznych i Koniunktury Inwestycyjnej Instytutu Gospodarki Światowej i Stosunków Międzynarodowych Rosyjskiej Akademii Nauk.***

## **ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ИМИДЖ РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНОВ**

Перспективы развития российско-польских инвестиционных связей, масштабы взаимного перелива капитала определяются действием целого комплекса факторов, включая мирохозяйственные условия и ситуацию в экономике стран-партнеров. В данном выступлении речь пойдет о России.

**1.** Важнейшим направлением глобализации в начале XXI века выступает постепенное становление общемирового инвестиционного пространства со все более свободным трансграничным переливом капитала, в том числе в форме прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Именно этот вид инвестиций представляется наиболее перспективным с точки зрения стабильности хозяйственных связей.

В 1990-е годы ПИИ были самым динамичным потоком МЭО. Их рост значительно опережал увеличение мирового ВВП, экспорта, внутренних инвестиций в основной капитал. Однако на фоне ухудшения мирохозяйственной конъюнктуры в 2001-2003 гг. объем ПИИ в мире сократился более чем вдвое, их позитивная динамика и опережающий рост восстановились лишь с 2004 г. При этом речь идет о годовых потоках ПИИ, их накопленный (суммарный) объем непрерывно растет.

Согласно предварительным оценкам ЮНКТАД в 2007 г. мировой приток ПИИ вырос на 17,8% и в абсолютном выражении он превысил 1,5 трлн. долларов, достигнув нового исторического максимума. Как скажутся на мировых потоках ПИИ новые кризисные явления начала 2008 г. в мировой экономике и финансовой сфере, оценить пока сложно.

**2.** Среди структурных сдвигов последнего времени можно отметить некоторое снижение в мировом притоке ПИИ доли развитых и развивающихся стран при повышении – примерно до 6% - доли государств с переходной экономикой, к которым, согласно классификации ООН, отнесена Россия.

В самые последние годы наблюдается особенно высокая – измеряемая десятками процентов и даже разами - динамика притока ПИИ в экономику России. По оценкам ЮНКТАД, в 2007 г. он вырос на 70,3% после увеличения на 94,6% в 2006 г. По данным Росстата, учитывающего лишь трансграничный прилив ПИИ, их объем в 2007 г. удвоился. По относительным и абсолютным показателям Россия занимает одно из лидирующих мест. По годовому притоку ПИИ она вошла в десятку мировых лидеров, уступая лишь ведущим странам Запада, а также Китаю и Гонконгу.

В результате столь высокой динамики укрепились позиции России на международном рынке ПИИ: ее доля в их мировом притоке в 2005-2007 гг. удвоилась и достигла 3,2%.

**3.** В основе этих изменений лежат прежде всего внутренние факторы, хотя сыграла свою роль и благоприятная внешнеторговая конъюнктура – высокие мировые цены на нефть и газ – главные экспортные товары России. В стране наблюдается макроэкономическая стабилизация и устойчивый рост высокими по международным меркам темпами.

Так, в 2007 г. ВВП страны вырос на 8,1% против 7,4% в 2006 г., когда он был выше, чем в странах G7 и в большинстве других государств. При этом объем инвестиций в основной капитал вырос рекордными темпами – на 21,1%, а оборот розничной торговли – на 15,3%. Следовательно, страна переживает не только инвестиционный, но и потребительский бум. Правда, в 2007 г. несколько оживилась инфляция, по официальным, очевидно, заниженным данным, до 11,9%. Вместе с тем рост реальных доходов населения продолжается, и растущий внутренний спрос становится все более значимым фактором экономического роста. Нельзя не отметить также рост золотовалютных резервов, укрепление курса национальной валюты, сокращение суверенного долга страны.

Россия, относимая экспертами Мирового банка к «возникающим рынкам» (emerging markets), обладает такими их преимуществами, как значительная емкость и быстрое расширение внутреннего рынка, и потому просто не может не притягивать масштабные иностранные инвестиции.

**4.** Отмеченные позитивные сдвиги не могли не отразиться на инвестиционном имидже страны. Имидж как явление общественной жизни и научная философская категория широко применяется главным образом в социологии и психологии. Для экономики это понятие достаточно новое и применяется в основном по отношению к отдельным бизнес-агентам и бизнес-структурам.

Применительно к рассматриваемой теме инвестиционный имидж страны – это объективное отражение в представлении отечественных и зарубежных инвесторов ее конкурентоспособности как реципиента ПИИ и прямого инвестора за рубежом с учетом внутренних условий и позиций на международном рынке инвестиций.

Инвестиционный имидж находит, в частности, отражение в оценках международных экономических организаций, ведущих консалтинговых агентств. По приводимым в одном из докладов ЮНКТАД оценкам экспертов, Россия входит в число стран, наиболее благоприятных для размещения бизнеса, занимая в их списке 5-е место после Китая, США, Индии и Бразилии. Еще более высокое место в этом списке она занимает по приводимым в том же докладе оценкам представителей ТНК – 4-е после Китая, Индии и США<sup>5</sup>.

Эксперты *международной консалтинговой компании* AT Kearney отмечали, что Россия вошла в число 6 стран, наиболее привлекательных для прямых иностранных инвестиций. В конце 2007 г. агентство S&P поддержало суверенный кредитный рейтинг России «BBB+» и прогноз «Стабильный».

Разумеется, можно встретить и другие, гораздо менее лестные оценки, в том числе и в материалах ЮНКТАД. Так, по индексу потенциала привлечения ПИИ Россия поставлена на 22-е место. А согласно результатам исследования *Doing Business 2008*, приводимым в сообщении Всемирного банка, Россия в общем рейтинге благоприятности делового законодательства поставлена на 106-е место из 178 стран. Однако в целом преобладают более позитивные оценки.

**5.** В условиях динамичного притока иностранного капитала в Россию происходят некоторые изменения в его составе, но сохраняются серьезные структурные проблемы. Несмотря на динамичный рост ПИИ, их доля в общем поступлении иностранного капитала по-прежнему не превышает, по данным Росстата, одной четверти при абсолютном преобладании кредитных форм.

Серьезные перекосы сохраняются в секторальном и отраслевом распределении ПИИ. В 2007 г. 51% ПИИ поступил в первичный сектор экономики, в основном в отрасли,

---

<sup>5</sup> World Investment Report 2005. UNCTAD 2005. P. 34.

занятые добычей топливно-энергетических полезных ископаемых. Лишь около 15% их притока попало во вторичный сектор – обрабатывающие производства, и примерно одна треть – в третичный сектор – отрасли сферы услуг. Такое соотношение весьма далеко от среднемировых пропорций и потребностей постиндустриального общества. Совершенно недостаточными по объемам и доле остаются ИИ в инновационные отрасли, включая машиностроение и IT-технологии.

Весьма серьезную проблему представляет чрезмерно высокая концентрация притока ПИИ на небольшой группе ведущих стран-инвесторов. Так, по состоянию на конец 2007 г. на долю 10 ведущих стран-инвесторов приходилось свыше 862% накопленного объема иностранных инвестиций и ПИИ.

Что касается состава ведущих прямых инвесторов, среди них выделяются с примерно одинаковыми показателями два лидера – Кипр и Нидерланды с долей каждого из них примерно по одной трети ПИИ. Оставшаяся треть распределяется в гораздо меньших долях между ведущими странами Запада – США, Францией, Великобританией, Германией, а также Швейцарией, Ирландией, Люксембургом, и, наконец, Британскими Виргинскими островами.

Примерно такая же картина наблюдается и в области вывоза российских ПИИ. Здесь уверенно лидируют Нидерланды с долей, превышающей 50%, значительно опережающие Кипр и все другие страны-реципиенты, среди которых присутствуют соседи – Украина и Белоруссия.

Нельзя не заметить отсутствие среди ведущих партнеров России по международному инвестиционному сотрудничеству таких быстро развивающихся государств, ставших моторами мировой экономики, как Китай и Индия, а также стран ЦВЕ. Диверсификация состава ведущих партнеров, расширение круга крупных инвесторов и реципиентов представляется важным направлением совершенствования международного инвестиционного сотрудничества России на современном этапе.

**6.** Пожалуй, наиболее острая в современных условиях структурная проблема – распределением поступающего в страну иностранного капитала по ее обширной территории. Региональный фактор не может не играть в такой стране, как Россия, исключительно важную роль. Между тем региональная структура иностранного капитала характеризуется большой неравномерностью, и в периоды его особо бурного притока диспропорциональность даже нарастает.

Так, в период с 2005 по 2007 гг. доля поступлений иностранных инвестиций на территорию Центрального федерального округа (ФО) возросла с 53,8 до 65,1%, т.е.

составила почти две трети их общего притока в страну. При этом доля столицы – Москвы – возросла за тот же период с 46,9 до 58,6%. Всего столичные города-мегаполисы и непосредственно прилегающие к ним области привлекли в 2007 г. почти 70% поступивших в страну иностранных инвестиций.

В то же время доля их поступления на территорию Азиатской части страны, где сосредоточены ее основные природные богатства, за этот период снизилась с 30,1 до 18,0%. В 2007 г. 8 субъектов федерации вообще не получили иностранных инвестиций. В основном это удаленные от Центра депрессивные территории Северного Кавказа, Сибири, Дальнего Востока, особенно остро нуждающиеся в инвестиционной поддержке.

**7.** Между тем наряду с социально-политической стабильностью, преемственностью власти, экономическим ростом и расширением внутреннего рынка территориальное многообразие условий представляется одним из конкурентных преимуществ России как реципиента иностранного капитала. На ее обширной территории действительно можно встретить буквально все: и районы с условиями жизни, близкими к развитым странам Запада – прежде всего в пределах МКАД, и к бедным африканским странам, и промежуточные состояния.

Не в последнюю очередь поэтому в Россию устремляются иностранные инвесторы, преследующие самые разные цели: освоение рынков сбыта (market-seeking), доступ к богатым природным ресурсам (resources-seeking), снижение издержек (cost-seeking). Несмотря на отмечаемый в последние годы рост реальных доходов населения, уровень оплаты труда в России по-прежнему в основном на порядок ниже, чем в Европе,

**8.** Определенные возможности территориального маневра для иностранных инвесторов создают диверсификация и изменение в последнее время условий, складывающихся в отдельных регионах. Хотя основными реципиентами иностранных инвестиций, наряду со столичными центрами по-прежнему остаются экспортносырьевые регионы, их круг расширяется за счет появления новых центров притяжения.

Так, в 2007 г. в число 20 ведущих российских регионов-реципиентов иностранного капитала наряду с вышеуказанными вошли также Белгородская, Владимирская, Нижегородская области, вплотную приблизилась к ним Калужская область. Не будучи ни столичными, ни особо богатыми природными ресурсами, они привлекают все же значительные иностранные инвестиции.

Очевидно, данные регионы обладают некоторыми другими преимуществами. Нижегородская, Владимирская, Калужская области, наряду со столичными центрами и

рядом других территорий (Тульская, Ульяновская, Томская, Новосибирская, Воронежская области) отнесены национальным рейтинговым агентством «Эксперт РА» к группе регионов с наибольшими предпосылками для инновационного развития. В качестве критерия была принята более высокая по сравнению с остальными доля инновационного потенциала в совокупном инвестиционном потенциале данного региона (14,4 – 25,3%)<sup>6</sup>.

**9.** В современных условиях России ключевой задачей модернизации экономики становится ее переход на инновационную модель развития, что требует инвестиционной поддержка очагов как роста, так и инноваций.

Правда, что касается перечисленных регионов, речь пока может идти об их скорее потенциальной, чем реальной инновационности. Для перехода к последней нужны масштабные внутренние и иностранные инвестиции. Положительную роль в их привлечении могло бы сыграть создание наряду с Дубной, Зеленоградом, Томском, и в других местах на их территории новых особых экономических зон (ОЭЗ) технико-внедренческой направленности при облегчении доступа туда иностранных инвесторов, включая представителей малого, среднего, венчурного бизнеса.

Возможности расширения притока ПИИ имеются и по другим группам российских регионов – традиционным промышленным центрам, агропромышленным районам, приграничным и прибрежным территориям. Среди последних особо заслуживает быть отмеченной граничащая с Польшей Калининградская область, в которой, по мнению специалистов, удачно сработал режим особой экономической зоны (ОЭЗ).

Следует отметить, что, несмотря на бурный рост притока иностранного капитала в последние годы, ПИИ пока не удалось превратить в действенный фактор активизации инвестиционного процесса. Согласно последним оценкам ИЭПП доля инвестиций из-за рубежа в общем объеме инвестиций в основной капитал остается в пределах 5-7%.

Российская экономика по-прежнему нуждается в иностранных инвестициях. Введенные в последнее время ограничения касаются в основном сырьевых и некоторых других признанных стратегическими отраслей и видов деятельности. Их значение не стоит преувеличивать.

**10.** Потенциал российско-польского инвестиционного сотрудничества, взаимного перелива ПИИ остается не использованным. Польша не входит в число ведущих партнеров России по ввозу и вывозу прямых инвестиций.

---

<sup>6</sup> Эксперт, 27 ноября – 3 декабря 2002, № 44 (538).

Между тем углубление инвестиционного взаимодействия соответствует историческим традициям, в частности, периода 70-80-х гг. прошлого столетия, когда правда в совсем других социально-политических условиях, успешно реализовывались масштабные совместные инвестиционные программы. В пользу углубления сотрудничества говорит территориальная близость и соседство наших стран, общие черты их социально-экономического развития последних десятилетий.

И Россия, и Польша развиваются в русле общемировых процессов, они вполне вписываются в тенденцию, когда социально-экономические преобразования на рыночной основе, макроэкономическая стабилизация и динамичный рост приводят к постепенному превращению стран из крупных импортеров ПИИ в их все более значимых экспортеров, в том числе в отношениях друг с другом.

*В.П. Караваев, д.э.н., проф.,  
руководитель Группы по иностранным инвестициям  
и конъюнктуре инвестиционных рынков  
ИМЭМО РАН*

## PRZEDSIĘWZIĘCIA TARGOWO-WYSTAWIENNICZE W MOSKWIE W MAJU I CZERWCU 2008 R.

Data	Nazwa i adres strony www
<b>3-28.05.2008</b>	III Wystawa Roślin Cebulkowatych Krajowych i Zagranicznych „WIOSENNA SYMFONIA” <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
<b>12-15.05.2008</b>	XII Wystawa Specjalistyczna „TECHNIKA SANITARNA. OGRZEWANIE. KLIMATYZACJA.” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>12-16.05.2008</b>	XX Międzynarodowa Wystawa Systemów Telekomunikacyjnych, Środków Telekomunikacji, Komputerów i Sprzętów Biurowych „SIEĆ-EKSPOKOMM-2008” <a href="http://www.sviaz-expocomm.ru">http://www.sviaz-expocomm.ru</a>
<b>12-16.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Nowych Technologii Przekazu Radiowego i Telewizyjnego <a href="http://www.hdtv-expo.ru/">http://www.hdtv-expo.ru/</a>
<b>12-16.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Elektronicznego Zarządzania Finansami „E-FINACE RUSSIA” <a href="http://www.efin-expo.ru">http://www.efin-expo.ru</a>
<b>13-16.05.2008</b>	XIX Międzynarodowa Wystawa (Konkurs) Przemysłu Maszynowego, Chemii Gospodarczej, Produktów Spożywczych „OGÓLNOROSYJSKA MARKA (III TYSIĄCLECIE). ZNAK JAKOŚCI XXI WIEKU” <a href="http://www.rosmarka.ru">http://www.rosmarka.ru</a>
<b>13-16.05.2008</b>	VI Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „ANTIKOR I POKRYCIA ANTYKOROZYJNE 2008”



	<a href="http://www.expo-design.ru">http://www.expo-design.ru</a>
<b>13-17.05.2008</b>	XV Międzynarodowa Wystawa „WILLA 2008” <a href="http://www.rosstroyexpo.ru">http://www.rosstroyexpo.ru</a>
<b>13-17.05.2008</b>	XVI Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Mebli „EUROEXPOMEBEL 2008” <a href="http://www.eem.ru/">http://www.eem.ru/</a>
<b>13-17.05.2008</b>	VII Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Akcesoriów, Dodatków i Materiałów do Produkcji Mebli „INTERKOMPLEKT MOSKWA 2008” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>14-18.05.2008</b>	Salon „KOMPLEKSOWE BEZPIECZENSTWO 2008”. W ramach salonu odbędzie się Międzynarodowa Wystawa Środków Ratowniczych, Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „Technika Ochrony”, „Uzbrojenie i Techniki Techniczne Sił Specjalnych”, „Bezpieczeństwo Przeciwpożarowe”, „Techniczne Środki Ochrony Granicznej” i wiele innych. <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
<b>14-20.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Wyrobów Jubilerskich „JUBILER-2’2008” <a href="http://www.rosyvelirexpo.ru">http://www.rosyvelirexpo.ru</a>
<b>14-18.05.2008</b>	V Specjalistyczna Wystawa Kwiatów i Roślin Dekoracyjnych „MOSKIEWSKA ZIELONA NIEDZIELA’2008” <a href="http://www.expoflowers.ru">http://www.expoflowers.ru</a>
<b>15-17.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Produkcji Śmigłowców „HeliRussia 2008” <a href="http://www.helirussia.ru">http://www.helirussia.ru</a>
<b>15-18.05.2008</b>	VIII Moskiewskie Międzynarodowe Targi Turystyki i Rekreacji „MITF-2008” <a href="http://www.mosgd.ru">http://www.mosgd.ru</a>
<b>20.05.2008</b>	Konferencja „STANDARD NAFTOWO-GAZOWY’2008” <a href="http://www.n-g-k.ru">http://www.n-g-k.ru</a>
<b>21-22.05.2008</b>	V Międzynarodowa Wystawa i Konferencja „DISTANCE LEARNING” <a href="http://www.elearnexpo.ru">http://www.elearnexpo.ru</a>
<b>21-23.05.2008</b>	III Specjalistyczna Wystawa Materiałów Eksploatacyjnych dla Prasy „RECHARGEST TRADE SHOW-2008” <a href="http://www.rce.conself.ru">http://www.rce.conself.ru</a>
<b>22-25.05.2008</b>	VII Międzynarodowa Wystawa-Prezentacja Ozdób Jubilerskich, Zegarków i Upominków „NOWY ROSYJSKI STYL” <a href="http://www.jewellerymoscow.com">http://www.jewellerymoscow.com</a>
<b>23-24.05.2008</b>	Kongres i Wystawa Informacyjnych Technologii „INTEROP MOSCOW’2008” <a href="http://www.interop.ru">http://www.interop.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	Specjalistyczna Przemysłowa Wystawa „ATOMEX/PRZEMYSŁ I ENERGETYKA ATOMOWA 2008” <a href="http://www.promfair.ru">http://www.promfair.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	Specjalistyczna Przemysłowa Wystawa „PETROLEX/PRZEMYSŁ NAFTOWO-GAZOWY 2008” <a href="http://www.promfair.ru">http://www.promfair.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	Specjalistyczna Przemysłowa Wystawa „GEOMINEX/GEOLOGIA. GÓRNICTWO 2008” w ramach Rosyjskiego Narodowego Forum Przemysłu z międzynarodowym uczestnictwem „TECHNOLOGIE PRZEMYSŁOWE DLA ROSJI” <a href="http://www.promfair.ru">http://www.promfair.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	Specjalistyczna Przemysłowa Wystawa „ELENEX/EROENERGETYKA 2008” <a href="http://www.promfair.ru">http://www.promfair.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	Specjalistyczna Przemysłowa Wystawa „CHEMINEX/PRZEMYSŁ

	CHEMICZNY 2008” <a href="http://www.promfair.ru">http://www.promfair.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	Specjalistyczna Przemysłowa Wystawa „ECOINEX/EKOLOGIA ZAKŁADÓW PRZEMYSŁOWYCH 2008” <a href="http://www.promfair.ru">http://www.promfair.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	VIII Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Producentów Maszyn „MASHEX/BUDOWA MASZYN” <a href="http://www.mashex.ru">http://www.mashex.ru</a>
<b>26-30.05.2008</b>	IV Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Odlewnictwa, Technologii i Urządzeń do Produkcji Sztanc „LITEXPO”. <a href="http://www.mashex.ru">http://www.mashex.ru</a>
<b>26-30.05.2008</b>	IV Międzynarodowa Specjalistyczna Wystawa Elektroniki i Elektrotechniki „ELEKMASZ 2008” <a href="http://www.mashex.ru">http://www.mashex.ru</a>
<b>26-30.05.2008</b>	VI Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Akcesoriów Montażowych i Budowy Maszyn „MASZKOMP 2008” <a href="http://www.mashex.ru">http://www.mashex.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	IX Międzynarodowa Wystawa i II Rosyjski Narodowy Kongres Diagnostyki „RADIOLOGIA’2008” <a href="http://www.mediexpo.ru">http://www.mediexpo.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	IV Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Aparatury, Techniki i Urządzeń dla Diagnostyki Zachorowań i Usług w Sektorze Ochrony Zdrowia „MEDYCYNA’2008” <a href="http://www.mediexpo.ru">http://www.mediexpo.ru</a>
<b>26-29.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „SEKTOR CHEMICZNY W REALIZACJI NARODOWYCH PROJEKTÓW 2008” <a href="http://www.expobiochim.ru">http://www.expobiochim.ru</a>
<b>26-31.05.2008</b>	X Międzynarodowa Wystawa „URZĄDZENIA, CZĘŚCI I NARZĘDZIA DLA PRZEMYSŁU METALOWEGO” <a href="http://www.metobr-expo.ru">http://www.metobr-expo.ru</a>
<b>27-29.05.2008</b>	IV Międzynarodowa Wystawa Technicznego Tekstyliu, Nietkanych Materiałów i Odzieży Ochronnej „TECHTEXTIL RUSSIA 2008” <a href="http://www.messefrankfurt.ru/">http://www.messefrankfurt.ru/</a>
<b>27-29.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa-Forum „PRZEMYSŁ MIĘSNY & KURZY KRÓL” <a href="http://www.meatindustry.ru/">http://www.meatindustry.ru/</a>
<b>27-29.05.2008</b>	VI Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „PRZEMYSŁ CHŁODNICZY: TECHNIKA. TECHNOLOGIA. TRANSPORT. PRODUKTY MROŻONE” <a href="http://www.frozenfood.ru/">http://www.frozenfood.ru/</a>
<b>27-30.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Maszyn, Urządzeń, technologii i Produkcji przemysłu Metalurgicznego „METALURGIA-LITMASZ 2008” <a href="http://www.tube.metal-expo.ru">http://www.tube.metal-expo.ru</a>
<b>27-30.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa „RURY ROSJI 2008” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>27-30.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „ŁOŻYSKA ROSJA 2008” <a href="http://www.bearingrussia.ru">http://www.bearingrussia.ru</a>
<b>27-30.05.2008</b>	II Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Urządzeń i Nowoczesnych Technologii Spawania i Cięć „SPAWANIE. CIĘCIE. 2008” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>27-30.05.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa „ALUMINIUM/METALE KOLOROWE

	2008” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>27-30.05.2008</b>	VII Ogólnorosyjskie Forum w ramach „Dni Małego i Średniego Biznesu Rosji 2008” <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
<b>28.05-02.06.2008</b>	Wystawa-Targi „Arcydzieło Nici: Szyjemy. Wiążemy. Wyszywamy 2008” <a href="http://www.mirexpo.ru">http://www.mirexpo.ru</a>
<b>28.05-02.06.2008</b>	Wystawa-Targi „Wasze Zdrowie 2008”. <a href="http://www.mirexpo.ru">http://www.mirexpo.ru</a>
<b>29.05-01.06.2008</b>	IV Ogólnoswiatowy Festiwal Kawy i Herbaty. <a href="http://www.teafestival.ru">http://www.teafestival.ru</a>
<b>29.05-01.06.2008</b>	Moskiewski Międzynarodowy Festiwal Towarów i Usług dla Przyszłych Mam, Dzieci i ich Rodziców „BABYTIME’ 2008” <a href="http://www.babytime.ru">http://www.babytime.ru</a>
<b>29.05-01.06.2008</b>	X Ogólnorosyjskie Festiwal „INTERMUZEUM-2008” i VII Wystawa Wyposażenia i Technologii Muzeów <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
<b>30.05-02.06.2008</b>	XX Wystawa Naturalnej Produkcji Spożywczej „EKOLOGICZNIE CZYSTA (NATURALNA) I BEZPIECZNA PRODUKCJA” <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
<b>03-05.06.2008</b>	Specjalistyczna Wystawa-Konkurs „METROLOGIA-2008” <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
<b>03-06.06.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Systemu Rurociągowego Infrastruktury Komunalnej „CITYPIPE 2008” <a href="http://www.citypipe.ru">http://www.citypipe.ru</a>
<b>03-06.06.2008</b>	Ogólnoswiatowa Wystawa Technologii „NO DIG 2008” <a href="http://www.nodig2008r.sibico.com">http://www.nodig2008r.sibico.com</a>
<b>03-06.06.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Technik Uzdatniania Wody „BW SHOW-2008” <a href="http://www.crocus-expo.ru">http://www.crocus-expo.ru</a>
<b>03-06.06.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa „EKWATEK -2008” <a href="http://www.ecwatech.ru">http://www.ecwatech.ru</a>
<b>04-06.06.2008</b>	V Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „SEAFOOD RUSSIA 2008” <a href="http://www.seafood-russia.ru">http://www.seafood-russia.ru</a>
<b>05-07.06.2008</b>	Wystawa Specjalistyczna „SHOES FROM ITALY-SPECIAL EDITION-2008” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>09-13.06.2008</b>	XVII Międzynarodowa Wystawa Urządzeń Elektrycznych dla Energetyki, Elektrotechniki, Elektroniki, Energooszczędnych Technologii, Sprzętów Gospodarstwa Domowego „ELEKTRO-2008” <a href="http://www.elektro-expo.ru">http://www.elektro-expo.ru</a>
<b>09-12.06.2008</b>	X Międzynarodowa Wystawa Produktów Szklanych, Technologii i Urządzeń do Produkcji i Przetwórstwa Szkła „ŚWIAT SZKŁA-2008” <a href="http://www.mirstekla-expo.ru">http://www.mirstekla-expo.ru</a>
<b>09-11.06.2008</b>	Wystawa Modnej Odzieży „MODDA 4 YOU-2008. WINTER COLLECTION” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>09-11.06.2008</b>	VI Międzynarodowa Wystawa Odzieży do Aktywnego Wypoczynku „DŽINSOWE SHOW-2008 (JESIEŃ)” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>10-12.06.2008</b>	II Międzynarodowa Specjalistyczna Wystawa „Odżywianie dla Zdrowia i

	Sportu” oraz II Międzynarodowa Specjalistyczna „Medycyna w Sporcie i Rekreacji” w ramach przedsięwzięcia „NUTRASPORT-2008/SPORTMED-2008” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>16-18.06.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa-Forum Przemysłu „5pEXPO-2008” <a href="http://www.5p-expo.com">http://www.5p-expo.com</a>
<b>17-19.06.2008</b>	III Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „ROSMOULD-2008”. <a href="http://www.rosmould.ru">http://www.rosmould.ru</a>
<b>17-21.06.2008</b>	IX Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna „TECHNIKA I TECHNOLOGIA BUDOWLANA 2008” <a href="http://www.mediaglobe.ru">http://www.mediaglobe.ru</a>
<b>17-18.06.2008</b>	Doroczna Międzynarodowa Wystawa Usług i Programowego Zabezpieczenia w Zarządzaniu Ryzykiem „RISK MANAGEMENT” <a href="http://www.riskexpo.ru">http://www.riskexpo.ru</a>
<b>17-21.06.2008</b>	IV Wystawa-Targi „BUDOWLANE LATO’2008” <a href="http://www.rosstroyexpo.ru">http://www.rosstroyexpo.ru</a>
<b>23-26.06.2008</b>	Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Obuwia, Toreb i Akcesoriów „MOSSHOES-2008.” <a href="http://www.mosshoes.com">http://www.mosshoes.com</a>
<b>23-27.06.2008</b>	XIII Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Maszyn i Urządzeń, Materiałów i Technologii do Produkcji Opakowań „ROSUPAK” <a href="http://www.rosupak.ru">http://www.rosupak.ru</a>
<b>23-27.06.2008</b>	XII Międzynarodowa Wystawa Urządzeń i Technologii dla Sektora Naftowo-Gazowego „NEFTEGAZ-2008” <a href="http://www.neftegaz-expo.ru">http://www.neftegaz-expo.ru</a>
<b>23-27.06.2008</b>	XI Międzynarodowa Wystawa Urządzeń i Procesów Technologicznych w Przemysle Lekkim „INLEGMASZ-2008” <a href="http://www.inlegmash-expo.ru">http://www.inlegmash-expo.ru</a>
<b>23-27.06.2008</b>	V Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Aluminiowych Opakowań „ALUMPAK-2008” <a href="http://www.crocus-expo.ru">http://www.crocus-expo.ru</a>
<b>23-27.06.2008</b>	III Międzynarodowa Wystawa Specjalistyczna Urządzeń i Technologii do Produkcji, Przetwórstwa i Pakowania Produktów Spożywczych „FOODMASH’2008” <a href="http://www.crocus-expo.ru">http://www.crocus-expo.ru</a>
<b>23-27.06.2008</b>	V Międzynarodowa Specjalistyczna Wystawa Technologii i Urządzeń dla Przemysłu Hakowniczego „UPAKMASZ’2008” <a href="http://www.crocus-expo.ru">http://www.crocus-expo.ru</a>
<b>23-27.06.2008</b>	VII Międzynarodowa Specjalistyczna Wystawa Opakowań Klasy Premium „LUKSUSPAK’2008” <a href="http://www.crocus-expo.ru">http://www.crocus-expo.ru</a>
<b>23-27.06.2008</b>	II Międzynarodowa Wystawa-Salon „EFIS-EXPO’2008” <a href="http://www.efis-expo.ru">http://www.efis-expo.ru</a>
<b>24-26.06.2008</b>	VI Rosyjski Nafto-Gazowy Kongres „RUSSIAN PETROLEUM & GAS CONGRESS’2008” <a href="http://mioge.ru/congress">http://mioge.ru/congress</a>
<b>24-27.06.2008</b>	IX Międzynarodowa Wystawa „EXSPOKAMIEN’2008” <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
<b>25-27.06.2008</b>	I Międzynarodowa Wystawa i Kongres „ATOMCON-2008” <a href="http://www.expocentr.ru">http://www.expocentr.ru</a>
<b>25-28.06.2008</b>	VII Ogólnorosyjska Wystawa Naukowo-Technicznej Twórczości Młodzieży „HTTM-2008” <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>

<b>25-28.06.2008</b>	VII Ogólnorosyjska Wystawa Naukowo-Technicznej Twórczości Młodzieży „HTTM-2008” <a href="http://www.vvcentre.ru">http://www.vvcentre.ru</a>
----------------------	--

Opr.: *Ewa Fischer, I Sekretarz WPHI Ambasady RP w Moskwie*

---

*W dniu 24 kwietnia 2008 WPHI Ambasady RP w Moskwie zorganizował konferencję pt. „Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej w relacjach polsko-rosyjskich”. Poniżej prezentujemy Państwu wykłady Jarosława Przychody z Instytutu Kulturoznawstwa UMCS w Lublinie oraz Walentyny Kowalienko z „GrainConsaltex”*

## **WSTĘPNA ANALIZA PORÓWNAWCZA POLSKIEGO I ROSYJSKIEGO PRAWA AUTORSKIEGO**

Prawo autorskie należy do najbardziej zglobalizowanych i zuniwersalizowanych działów prawa. Sama natura przedmiotu regulacji i istotność międzynarodowego obrotu dany typem dóbr powodują, iż regulacje w tej dziedzinie upodabniają się do siebie, czemu sprzyja również brak wielowiekowych lokalnych tradycji regulacji kwestii własności intelektualnej w przeciwieństwie do np. prawa pracy czy rodzinnego. Wspomniana łatwość obrotu, także międzynarodowego, powoduje, widoczny i w innych działach prawa, wzrost znaczenia regulacji o charakterze międzynarodowym. W ostatnich latach ujednocnianiu tej dziedziny sprzyjało szczególnie wzrost znaczenia oraz implementacja do poszczególnych systemów prawnych standardów Porozumienia w Sprawie Handlowych Aspektów Praw Własności Intelektualnej (TRIPS) oraz traktatów przygotowywanych pod agendą WIPO, a także w ramach Unii Europejskiej. Niemniej jednak prawo autorskie, jak każdy inny dział prawa, pozostaje częścią krajowego systemu prawa i odznacza się swoją specyfiką.<sup>7</sup> Pojęcia prawne, instytucje, zawierają się w szeregu regulacji i najmniejsza nawet różnica może się stać istotną. Sens regulacji jest na ogół podobny, problem zawsze tkwi w szczegółach.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie kilku instytucji i niektórych możliwych problemów, jakie mogą się pojawić przy kontaktach między stroną opierającą się na polskim i na rosyjskim systemie prawa autorskiego. Zaznaczam, iż są to tylko niektóre problemy, wynikające z porównania samych tekstów ustaw. Nie biorę w ogóle pod uwagę różnic w kulturze prawnej,

---

<sup>7</sup> Por.: R. Golat, *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, C.H. Beck, Warszawa 2008, s. 5-7.

przejawiających się przede wszystkim w stosowaniu prawa na czele z orzecznictwem. Uwagę skoncentrowałem na samych różnicach w poszczególnych pojęciach i instytucjach.

Od 1 stycznia 2008 r. prawo autorskie w Rosji jest regulowane w ramach IV części Kodeksu Cywilnego Federacji Rosyjskiej<sup>8</sup>. Do tego czasu interesujący nas przedmiot regulowała ustawa federalna z dnia 9 lipca 1993 r. „O prawie autorskim i prawach pokrewnych”<sup>9</sup> w sposób istotny podobna do polskiej regulacji. Wprowadzenie prawa autorskiego w ramy kodeksowej regulacji prawa cywilnego wydaje się mieć dość istotne znaczenie ideologiczne. Można by zinterpretować taki krok jako dążenie do wpojenia społeczeństwu, iż prawo własności intelektualnej jest takim samym typem prawa jak prawa rzeczowe czy prawo spadkowe.<sup>10</sup> Wydaje się być to interesujące rozwiązanie, gdyż mimo, iż w Polsce sytuacja ze świadomością w przedmiocie praw autorskich nie jest zadowalająca, w Rosji pozostawia ona jeszcze więcej do życzenia. Drugim wytłumaczeniem rosyjskiej wyjątkowości jest widoczne dążenie przez władze do podkreślenia „suwerenności” i niezależności kraju.

Fakt, iż prawo własności intelektualnej stanowi w Rosji jeden akt prawny powoduje, iż ogólne pojęcia „własność intelektualna” i „prawa intelektualne” są tam obecnie, w odróżnieniu od Polski, pojęciami języka prawnego, języka aktów prawnych. W prawie rosyjskim nie mamy z kolei do czynienia z pojęciem „własności przemysłowej”, są tylko oddzielne, konkretne instytucje prawne.

Prawo autorskie, definiowane jako „prawa intelektualne do utworów nauki, literatury i sztuki” są formalnie jednym z rodzajów praw intelektualnych, praw własności intelektualnej (art. 1225 ust. 1 , art. 1255 ust. 1 KC RF). Art. 1225 w ust. 1 KC RF zawiera wyczerpujące wyliczenie szesnastu rodzajów praw własności intelektualnej, których istotną jest absolutne majątkowe prawo wyłączne (wyłącznie). Są to:

- 1) prawa do utworów nauki, literatury i sztuki (prawo autorskie).
- 2) prawa do programów komputerowych.
- 3) prawa do baz danych.
- 4) prawa do wykonań.
- 5) prawa do fonogramów.
- 6) prawa do nadań.

---

<sup>8</sup> Ustawa federalna z dnia 18 grudnia 2006 r. *Graždanskij kodeks Rosijskoj Federacji, Czast' czetwiertaja*, №230-FZ, Sobranije Zakonodatelstwa Rossijskoj Federacji (SZRF), 2006, № 52 (cz. I), poz. 5496, dalej jako KC RF.

<sup>9</sup> Ustawa federalna z dnia 9 lipca 1993 r. *Ob awtorskom prawie i smieżnych prawach* № 5351-I, (Wiedomosti Sjezda narodnych deputatow Rossijskoj Federacji i Wierchnonogo Sowietu Rossijskoj Federacji, 1993, № 42, poz. 1242) z późn. zm.

<sup>10</sup> Por.: W. F. Jakowlew, *O czasti czetwiertoj Graždanskogo kodeksa Rossii w: Kommentarij. Graždanskij kodeks Rossijskoj Federacji. Czast' czetwiertaja*, pod red. A. L. Makowskiego, Statut-KonsultantPlus, Moskwa 2008, s. 39.

- 7) prawa do wynalazków.
- 8) prawa do użytkowych modeli.
- 9) prawa do wzorów przemysłowych.
- 10) prawa do osiągnięć procesów selekcyjnych.
- 11) prawa do topologii mikrosystemów.
- 12) prawa do sekretów działalności (know-how).
- 13) prawa do nazwy firmy.
- 14) prawa do znaków towarowych i znaków obsługi.
- 15) prawa do oznaczania miejsc pochodzenia towarów.
- 16) prawa do oznaczeń towarów.

Ujęcie prawa własności intelektualnej jako całości umożliwiło rosyjskiemu prawodawcy wydzielenie części ogólnej, czemu brak odpowiednika w prawie polskim. Powoduje to, iż przy ustalaniu stanu prawnego należy zawsze pamiętać o regulacjach rozdziału 69 KC RF jako zawierającego istotną część materiału normatywnego dotyczącego prawa autorskiego, któremu bezpośrednio poświęcono rozdział 70 KC RF (art. 1255 – 1302 KC RF), oraz uważać na stosunek *lex specialis-lex generalis*, jaki będzie zachodził między przepisami z tych rozdziałów. Taka relacja zachodzi oczywiście także z częścią I KC RF.<sup>11</sup>

Wspomniałem wyżej, iż prawo rosyjskie definiuje prawo autorskie jako „prawa intelektualne do utworów nauki, literatury i sztuki”, które dzieli na prawa wyłączne (wyłączności), prawa osobiste oraz „inne prawa” (art. 1226 KC RF). Jest to istotna różnica z prawem polskim, gdzie wychodzimy od praw autorskich, które dzielimy na prawa osobiste i majątkowe (art. 16 i 17 UPA<sup>12</sup>). W Rosji, jak już wspomniałem, podstawą są prawa wyłączne (*iskluczitelnoje prawo*), które są na gruncie prawa autorskiego, odpowiednikiem autorskich praw majątkowych (art. 17 UPA także mówi o „wyłącznym prawie”), ale są one kategorią szerszą i podstawową konstrukcją dla całej dziedziny praw na dobrach niematerialnych. Należy również zwrócić uwagę na art. 1295 KC RF, gdzie pojęcie praw wyłącznych i praw autorskich jest użyte w rozłącznym znaczeniu.

Do kategorii osobistych praw autorskich (*osobiste prawa niemajątkowe*) na podstawie art. 1255 ust. 2 KC RF możemy zaliczyć 1) prawo autorstwa (*prawo awtorstwa*), 2) prawo do oznaczenia utworu swoim nazwiskiem (*prawo na imia*), 3) prawo do integralności utworu

---

<sup>11</sup> Ustawa federalna z dnia 30 listopada 1994 r. *Graždanskij kodeks Rossijskoj Federacii. Czast' pierwaja* №51-FZ (SZRF, 1994, №32, poz. 3301).

<sup>12</sup> Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, tekst jednolity z dnia 17 maja 2006 r. (Dz.U. Nr 90, poz. 631) z późn. zm.; dalej jako UPA.

(*prawo na niepokosnowiennost' proizwiedienija*), 4) prawo do decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu (*prawo na obnarodowanije proizwiedienija*).

Ustawodawca rosyjski wydzielił jako osobną kategorię uprawnień „inne prawa”, do których zaliczymy 1) prawo do wynagrodzenia od zawodowo dokonywanych odsprzedaży oryginałów utworów czyli tzw. *droit de suite* (*prawo sledowanija*), 2) prawo dostępu do dzieł sztuki (*prawo dostupa*) wymienione w art. 1226 i powtórnie w 1255 ust. 3 KC RF, a także wymienione w art. 1255 ust. 3 KC RF 3) prawo do wynagrodzenia za korzystanie z utworu pracowniczego i 4) prawo do wycofania utworu z obrotu. Ostatnie z wymienionych uprawnień ma odpowiednik w art. 56 polskiej ustawy, *droit de suite* w polskiej ustawie poświęcono art. 19 i 19<sup>1</sup> UPA, prawu dostępu art. 53 ust. 2 UPA. Występuje tu jednak duża różnica między oboma porządkami prawnymi. „Prawo dostępu” w Polsce ma znaczenie literalne i zagwarantowano je celem „wykonywania prawa autorskiego”, w prawie rosyjskim pod tym prawem rozumie się **prawo do stworzenia kopii** (!) utworu (*prawo na wosproizwiedienije swojego proizwiedienija*) i odnosi się wyłącznie do dzieł sztuki (*proizwiedienija izobrazitel'nogo iskusstwa*, art. 1292 ust. 1 KC RF).

W obu porządkach inaczej skonstruowana jest również instytucja utworu pracowniczego. Podobnie jak w prawie polskim, autorskie prawa osobiste do utworu stworzonego w ramach obowiązków przynależą autorowi-pracownikowi (art. 1295 ust. 1 KC RF, w Polsce – na zasadach ogólnych - art. 8 UPA). Prawa wyłączne (w Polsce: autorskie prawa majątkowe) przynależą pracodawcy, chyba że umowa o pracę lub inna umowa (w Polsce: ustawa lub umowa o pracę) stanowi inaczej (art. 1295 ust. 2 KC RF i art. 12 ust. 1 UPA). Należy zwrócić uwagę na brak wzmianki w rosyjskiej regulacji o „innych prawach”. Należy tu zatem rozumieć prawa autorskie w zawężonym sensie, tzn. jako osobiste prawa autorskie (osobiste prawa niemajątkowe) i „inne prawa”, na co pozwala art. 1255 KC RF zatytułowany „prawa autorskie”. Artykuł ten wylicza wśród tych praw jednak także prawa wyłączne, co w sumie powoduje pewne zamieszanie terminologiczne. Mimo powyższego uzasadnionym wydaje się wniosek, iż rosyjski prawodawca używa pojęcia prawa autorskie w dwóch znaczeniach:

- a) generalnie jako prawa intelektualne do dzieł naukowych, literackich i sztuki (art. 1255 ust. 1 KC RF)
- b) w art. 1295 KC RF łącznie jako osobiste prawa niemajątkowe i „inne prawa” w rozumieniu art. 1255 ust. 3 KC RF, ale w przeciwstawieniu do praw wyłącznych.

Polskie prawo z zasady nie dopuszcza przenoszenia lub zrzeczenia się autorskich praw osobistych, w rosyjskim prawie również nie podlegają zrzeczeniu się lub zbyciu osobiste prawa niemajątkowe (art. 1228 ust. 2 akapit 2 KC RF), jednak wyróżnienie „innych praw” może



prowadzić do interpretacji iż dopuszczalne jest zrzeczenie się lub przenoszenie ich na inną osobę. Jedynie art. 1293 w ust. 3 KC RF *expressis verbis* głosi, iż regulowane tym przepisem tzw. *droit de suite* jest nieprzenaszalne, za wyjątkiem dziedziczenia, co jest zbieżną regulacją z art. 19 i 19<sup>1</sup> UPA.

Wracając jednak do utworu pracowniczego, w obu porządkach prawnych na pracodawcę nałożono ograniczenia. W Polsce w wypadku, jeśli utwór został w umowie o pracę przeznaczony do rozpowszechnienia, a w określonym w umowie lub przez ustawę okresie nie zostanie on rozpowszechniony, autorskie prawa majątkowe wracają do autora utworu pracowniczego (art. 12 ust. 2 UPA). Podobne ograniczenie, dotyczące jednak wszystkich utworów pracowniczych zawiera art. 1295 ust. 2 akapit 2 KC RF. Regulacja rosyjska mówi o przejściu wyłącznych praw z powrotem na autora utworu pracowniczego w wypadkach, jeśli pracodawca w określonym terminie **nie rozpocznie korzystania** z utworu pracowniczego, **nie przeniesie prawa wyłącznego na inny podmiot lub nie podejmie decyzji o pozostawieniu utworu w tajemnicy** (art. 1295 ust. 2 akapit 2 KC RF). Jak zatem widać pracodawca rosyjski ma szerszy krąg możliwości, z drugiej strony jednak regulacja rosyjska dotyczy o wiele szerszego kręgu podmiotów i sytuacji (w zasadzie wszystkich utworów pracowniczych). W polskim prawie termin dla rozpowszechnienia, przeznaczonego do rozpowszechnienia utworu pracowniczego, wynosi 2 lata od daty przyjęcia utworu, ale inny termin może być ustalony umową. W Rosji analogiczny termin jest stały i wynosi 3 lata.

Istotną różnicą w regulacji utworu pracowniczego jest również zasada, iż rosyjskiemu pracownikowi należy się odrębne wynagrodzenie za korzystanie z utworu pracowniczego przez pracodawcę, przekazanie tego prawa innemu podmiotowi, czy wreszcie podjęcie decyzji o pozostawieniu utworu w tajemnicy. Wysokość wynagrodzenia powinna określać umowa, spory rozstrzyga sąd (art. 1295 ust. 2 akapit 3 KC RF). Jest to czwarte z „innych praw” o których była mowa wyżej.

Jeśli prawo wyłączne przejdzie w wyniku spełnienia przesłanek z art. 1295 ust. 2 akapit 2 KC RF z powrotem na autora, pracodawca rosyjski zachowuje jednakże prawo do korzystania z utworu „sposobami, określonymi celem zadania służbowego i w wynikającym z zadania zakresie” (art. 1295 ust. 3 KC RF).

Kolejną różnicę między ustawodawstwami niesie kwestia legitymacji procesowej do ochrony praw autorskich. Legitymacja czynna w zakresie osobistych praw niemajątkowych należy za życia autora w obu krajach do niego samego, oba ustawodawstwa dają także autorowi swobodę dysponowania tym uprawnieniem na wypadek śmierci. Po śmierci autora i przy braku jego decyzji w tej sprawie, w Polsce legitymację procesową uzyskują kolejno: małżonek, zstępni, rodzice, rodzeństwo, wreszcie zstępni rodzeństwa. Jeśli twórca nie wyraził innej woli,

uprawniona jest również organizacja zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, która jest właściwa ze względu na rodzaj twórczości lub która faktycznie zarządzała prawami za życia twórcy (art. 78 UPA). W polskiej regulacji brak, występującego w ustawodawstwie rosyjskim rozstrzygnięcia, co się dzieje, jeśli wyznaczona przez twórcę osoba nie przyjęła obowiązków lub zmarła. W Rosji zaczyna wówczas obowiązywać podstawowa regulacja, czyli uprawnienie powyższe uzyskują dziedzice i ich dziedzice. W kwestii ochrony autorstwa, prawa do oznaczenia utworu własnym imieniem i nazwiskiem oraz integralności utworu, legitymację czynną art. 1267 ust. 2 KC RF przyznaje również „**innym zainteresowanym osobom**”, zaś art. 1228 w ust. 2 KC RF w kwestii autorstwa i prawa do oznaczania utworu „każdej zainteresowanej osobie”. W kwestii praw majątkowych, oba ustawodawstwa są zgodne w przyznaniu legitymacji uprawnionemu (art. 79 UPA, art. 1301 KC RF). Należy zwrócić uwagę na nowy, nieznan w polskim prawie, środek odpowiedzialności za naruszenia praw autorskich: likwidację osoby prawnej lub zakaz dalszej działalności jako przedsiębiorcy indywidualnego, jeśli podmiot tego typu „niejednokrotnie lub silnie narusza prawa wyłączne na rezultaty działalności intelektualnej” (art. 1253 KC RF).

Różnice występują w zakresie stosowania ustawy. Oba ustawodawstwa obejmują utwory trzech grup: 1) opublikowane po raz pierwszy lub równocześnie na obszarze danego państwa, 2) w zakresie wynikającym z umów międzynarodowych oraz 3) autorami których jest obywatel danego kraju. W przypadku Polski dodatkowo ochronie ustawowej podlegają utwory obywateli krajów-stron umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym oraz utwory opublikowane po raz pierwszy w języku polskim.

W aspekcie czasowym zasadą jest bezterminowa ochrona praw niemajątkowych i siedemdziesięcioletni czas trwania praw majątkowych. W Rosji jednak okres ochronny dla utworów wydłuża się o 4 lata (do 74 lat), jeśli autor brał udział w „wielkiej wojnie ojczyźnianej”, zaś dla autorów represjonowanych rozpoczyna się 1 stycznia roku następującego po roku rehabilitacji (art. 1281 KC RF). Z kolei węższy jest w prawie rosyjskim w porównaniu z polskim zakres osobowy przysługiwania praw autorskich do utworów audiowizualnych, który obejmuje reżysera, autora scenariusza i kompozytora (art. 1263 ust. 2 KC RF), w Polsce zaś „wszystkie osoby, które wniosły wkład twórczy w jego powstanie, a w szczególności: reżyser, operator obrazu, twórca adaptacji utworu literackiego, twórca stworzonych dla utworu audiowizualnego utworów muzycznych lub słowno-muzycznych oraz twórca scenariusza” (art. 69 UPA).

W niniejszym artykule wskazałem na kilka różnic, w unormowaniach dotyczących prawa autorskiego w Rosji i w Polsce. Różnic jest jednak o wiele więcej, m. in. w regulacji przenoszenia praw majątkowych (praw wyłącznych). Temat wymaga jednak dłuższych i dokładniejszych studiów. Kolejnym etapem powinno być również uwzględnienie orzecznictwa,

a ostatecznie bardzo interesujące mogłyby być porównawcze badania socjologiczne i antropologiczne nad świadomością prawną i kulturą prawną, szczególnie w szerszej perspektywie w zestawieniu z jednym z krajów Zachodu otwierając perspektywę Zachód-Europa Środkowa-Rosja. Autor przy tym nie upiera się, iż dokładniejsze studia nie ujawnią błędności powyższego ujęcia, a stawia je jako organizującą i problematyzującą perspektywę.

**mgr Jarosław Przychoda,  
Instytut Kulturoznawstwa UMCS w Lublinie**

## **ПРАКТИКА И ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Заявленная тематика очень обширна и невозможно изложить все аспекты данной проблемы в коротком докладе.

Я остановлюсь только на одной теме, которая, я думаю важна каждому предпринимателю, каждой фирме. Это создание и регистрация (защита) сильного товарного знака, способного на долгие годы быть путеводной звездой компании (фирмы). Брюс Хендерсон, основатель *крупной транснациональной Компании* «Бостон Консалтинг Групп» («The Boston Consulting Group (BCG)»), еще несколько десятилетий назад говорил: «Все участники рынка, настойчиво преследующие свои долговременные цели, должны создать себе **уникальное преимущество на рынке** для того, чтобы **выделиться среди других**».<sup>13</sup> Но недостаточно просто выделиться на какой-то срок. Необходимо еще и в **долгосрочной** перспективе управлять этим уникальным преимуществом – то есть создать стратегический бренд-менеджмент.

Понятно, что управлять уникальным преимуществом, можно только создав сильный бренд и соответственно законодательным образом закрепив его за собой.

В зависимости от вида рынка только за счет бренда можно получить до 70% дополнительной выручки.

Если товар или услуга удовлетворяют потребность потребителя, то бренд представляет собой **уникальное предложение**, с которым конкурентам трудно состязаться. Стоимость бренда вытекает из осведомленности потребителя о нем, его

---

<sup>13</sup> Стратегии, которые работают. Подход BCG./ Perspectives on Strategy from The Boston Consulting Group. Carl Stern, George Stalk Jr.

доверия к нему и из имиджа и репутации, которые бренд создает для него. Бренд предлагает потребителям разнообразные материальные и нематериальные выгоды сверх того, что дают обыкновенные товары, увеличивая, таким образом стоимость компании, владеющей таким брендом.

«Чувственное восприятие мира типичного современного потребителя,- говорит Жерар Карон, основатель агентства Каре Нуар (Франция), - перенасыщено. Ежедневно он получает слишком много образов, слишком много информации и все это происходит в ритме постоянно возрастающего стресса. Достиг ли мозг человека, постоянно получающего эту информацию, своего предела? Может ли человек запомнить еще один бренд?»<sup>14</sup>

Чтобы произошло запоминание, необходимо наличие эмоционального воздействия, никакая информация не может быть усвоена при отсутствии эмоциональной нагрузки.

Как говорит управляющий директор компании «Dragon Rouge», специализирующейся на дизайне брендов, Софи Ромэ – «Мы должны соблазнить покупателя, действуя на все органы чувств. Речь идет о создании некоего искушения, соблазнения товаром. Бренд останется не более чем теоретической концепцией, если не создать коды и визуальные знаки, подчеркивающие уникальность бренда и его соответствие ожиданиям клиента»<sup>15</sup>.

Во все возрастающем количестве товаров и брендов необходимо найти способ сохранить своего покупателя, не допустить смешения товаров и услуг. Современный покупатель все время меняется, поэтому все время нужно забегать вперед и предсказывать его желания, а также предвосхищать модные течения.

Таким образом, важнейшим средством достижения гарантированного дохода компании является создание и развитие сильного бренда (товарного знака).

**Товарные знаки (знаки обслуживания) заслуживают уважения к себе не только в силу их ценности для компании, они влияют на качество жизни покупателя. То, что Вы покупаете, является невербальным заявлением о Вас, как о личности. Люди выбирают бренды, например, бренды одежды в силу отражения с их помощью личности покупателя.**

Таким образом, сильный бренд (товарный знак) не только стимулирует продажи, создавая дополнительный доход фирме, но и положительно влияет на потребителя, формируя его вкусы и создавая ему устойчивый имидж в потребительском обществе.

Не надо забывать, что зарегистрированный товарный знак - это нематериальный актив компании. Им можно распоряжаться как имуществом, а точнее – имущественными

---

<sup>14</sup> Жерар Карон. Почему дизайн необходим сегодня брендам больше, чем вчера? / Identity, № 9, 2006.

<sup>15</sup> Из доклада С. Ромэ на международной конференции «Нестандартные брендинговые стратегии», проходившей 16-17 марта 2007г. в г. Москве.

правами путем отчуждения исключительных прав на товарный знак (продажа), передачи прав во временное использование (лицензионные договоры), передачи исключительного права в залог.

В условиях современной рыночной экономики товарный знак – это самое ценное, что может иметь предприятие (фирма, компания). Как говорил Джон Стюарт, бывший председатель компании КвAKER Ост ЛТД «Если этот бизнес надо было бы поделить, то я был бы счастлив забрать себе бренды, торговые марки и деловую репутацию, а Вы можете оставить себе материальные ценности, и я буду себя чувствовать гораздо лучше, чем Вы».<sup>16</sup>

Таким образом, создание доходной компании – это создание **уникального преимущества на рынке, которое невозможно без сильного товарного знака (бренда)**. Не будем останавливаться на процессе создания сильного бренда, с мощной долгосрочной мотивацией, смелой, понятной, стимулирующей прогресс, а остановимся на вопросе приобретения уже созданного бренда в собственность компании, то есть на регистрации его в соответствии с действующим законодательством.

На сегодняшний день, когда, как говорят эксперты РОСПАТЕНТА, уже зарегистрированы все слова из Толкового словаря С.И.Ожегова, зарегистрировать товарный знак все труднее и труднее.

Очень часто бренд-менеджеры создают бренд, разрабатывают стратегию его продвижения, затратив при этом огромные суммы на исследование рынка, разработку (нейминг и дизайн) и только потом обращаются в патентные фирмы для оказания им услуг в области регистрации товарного знака. И оказывается, что почти 50% таких разработок невозможно зарегистрировать в качестве товарных знаков по разным причинам.

1. Знак не обладает различительной способностью (ст.1483 ГК РФ),
2. В знаке используются гербы флаги и др. государственные символы и т. д., по этим пунктам статьи 1483 указанные элементы могут еще быть использованы как неохраняемые в составе знака.
3. А вот по п. 4 данной статьи, если знак тождественен или сходен до степени смешения с объектами культурного наследия без разрешения собственника его зарегистрировать нельзя.
4. Нельзя также зарегистрировать товарный знак, тождественный промышленному образцу, доменному имени, возникшему до даты приоритета товарного знака, фирменному наименованию или коммерческому обозначению.

5. Нельзя зарегистрировать товарные знаки, тождественные произведению науки, литературы и искусства.

6. И, наконец, нельзя зарегистрировать знаки, тождественные или сходные до степени смешения с ранее зарегистрированными, или поданными на регистрацию знаками с более ранним приоритетом.

Я очень кратко перечислила основания, по которым знаки не могут быть зарегистрированы, но уже и из перечисленного ясно, что перед подачей на регистрацию товарного знака его надо проверить по многим позициям.

Понимаю, что на соответствие с объектами авторского права обозначение практически невозможно полностью проверить. В нашей стране отсутствует реестр объектов авторского права. Однако хотя бы через Интернет можно получить довольно серьезную информацию по данному вопросу.

Проверка на сходство с доменными именами очень проста.

Также несложно проверить знак на соответствие фирменному наименованию.

Только после вышеперечисленных проверок можно приступить к следующему этапу – проверке в Базе Данных ФИПСа на тождество и сходство с зарегистрированными товарными знаками и поданными заявками. После получения результата из ФИПСа, главное – это провести анализ и сделать правильные выводы.

Дело в том, что сходство до степени смешения знаков очень субъективное понятие. И здесь важно не ошибиться, так как после подачи заявки на регистрацию начнется долгий путь регистрации - один год, в течение которого заявитель уже обычно начинает использовать свой товарный знак.

В случае наличия очень близких знаков важно подсказать, какие есть пути выхода из сложившейся ситуации. Например, Закон предусматривает регистрацию сходного до степени смешения знака, если владелец более раннего знака дал разрешение на параллельное использование такого знака.

Заявитель в этом случае должен понимать, что он уже идет по чужому пути и сильного товарного знака (бренда) он уже не получит.

К сожалению, многие фирмы и не хотят создать себе сильный бренд. Они хотят идти уже проторенной дорогой, встраивая свой бренд в цепочку однотипных, похожих друг на друга названий, вводя потребителя в заблуждение относительно того, кто же является производителем товаров, или услуг.

Такие фирмы хотят воспользоваться чужой деловой репутацией, сократить затраты на рекламу, сократить срок, который обычно необходим для «вывода» бренда на рынок и пытаются зарегистрировать товарные знаки, сходные с зарегистрированными ранее.

Эта ситуация получила большое развитие в ликеро-водочной отрасли, в кондитерской промышленности, в производстве и реализации одежды, парфюмерии и косметики.

В ликероводочной и кондитерской отраслях такая ситуация сложилась исторически. Во времена социализма существовало много товарных знаков (брендов), которыми пользовались все производящие данную продукцию предприятия. При распаде СССР многие знаки были зарегистрированы на то или иное юридическое лицо. Остальные компании не захотели с этим смириться, в результате чего стали плодиться товарные знаки-близнецы. Все это привело к тому, что владельцы знаков стали предъявлять нарушителям претензии, а на границах между бывшими республиками СССР, нынче самостоятельными государствами, таможенные органы задерживают огромное количество товаров, идут судебные разбирательства.

Таким компаниям не надо жить далеким прошлым и воспоминаниями о бывших общим достоянием, но теперь уже чужих брендах, а надо искать свои пути.

Однако есть еще очень серьезные проблемы, которые могут возникнуть уже после регистрации слабого товарного знака. Это досрочное прекращение правовой охраны товарных знаков через Палату по патентным спорам, возражения против регистрации товарного знака в связи с несоответствием его законодательству.

К сожалению, некоторые фирмы инициируют возбуждение таких дел даже вовсе не по причине столкновения товарных знаков, сходных до степени смешения на рынке, а по причине простого зарабатывания денег на этих процессах.

Так не проще ли было бы предприятиям найти свои решения, создать свои имена, зарегистрировать сильные товарные знаки.

Каждый день потребители получают новые продукты и примерно две трети продукции ежегодно меняется, поэтому, чтобы выжить на рынке, необходимо быть креативными и быстрыми и конечно все производители находятся под угрозой, что будет создана копия не только продукта, но и бренда. Между компаниями - производителями все время идет борьба, и не может быть стабильного лидерства. Нельзя не учитывать также, что на сегодняшний день покупатель обладает большим объемом информации.

Как говорила Софи Ромэ,<sup>17</sup> предприниматель должен реагировать на любые изменения на рынке, на любые сигналы, знаки, читать между строк, прислушиваться к интуиции, впитывать в себя все, что видит и быстро реагировать на изменения.

---

<sup>17</sup> Из доклада С. Ромэ на международной конференции «Нестандартные брендинговые стратегии», проходившей 16-17 марта 2007г. в г. Москве.

Как уже было отмечено, процесс создания и регистрации товарного знака очень длительный и трудоемкий, и лицу, не обладающему специальными знаниями, порой трудно разобраться во всех аспектах, связанных с этой деятельностью. В целях профессионального оказания услуг в области регистрации и защиты прав на товарный знак и иные результаты интеллектуальной деятельности, в 2000 году была создана патентно-лицензионная компания - ООО «Грейн Консалтэкс».



ООО «Грейн Консалтэкс» готово предоставить полный комплекс услуг в области регистрации товарного знака (знака обслуживания), включая процедуру международной регистрации, регистрации договоров отчуждения исключительных прав и лицензионных договоров.

Основные направления нашей деятельности связаны с регистрацией объектов интеллектуальной собственности, в том числе, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, в соответствующих государственных органах, защитой авторских и патентных прав. Кроме этого, мы предоставляем услуги по разработке фирменного стиля, услуги нейминга и дизайна.

Комплексный подход к клиенту, который мы постарались выработать на сегодняшний день, поможет Вам получить представление о Ваших правах на создаваемую Вами интеллектуальную собственность, зарегистрировать ее в соответствии с действующим законодательством и одновременно предотвратить нарушение Вами прав третьих лиц.

Принципы нашей работы:

- индивидуальный подход к клиенту
- бесплатные первичные консультации
- комплексный подход к проблеме
- гибкая система скидок
- при необходимости мы обеспечиваем выезд к клиенту.

Наш коллектив подобран как коллектив единомышленников и опытных специалистов в различных отраслях знаний. Это позволяет нам работать с одними и теми же клиентами на протяжении долгих лет.



Мы стремимся стать нужными Вам в достижении Вами основной цели - успешного продвижения продукции и услуг на рынке.

Более подробную информацию о деятельности нашей компании Вы можете получить посетив наш сайт: [www.grainc.ru](http://www.grainc.ru) или обратившись по телефонам: (495)917-29-60; 510-95-47; 504-89-46; e-mail: [promark@yandex.ru](mailto:promark@yandex.ru); [grainconsaltex@mail.ru](mailto:grainconsaltex@mail.ru).

*В.В. Коваленко,  
Патентный поверенный РФ,  
Генеральный директор  
ООО «ГРЕЙН КОНСАЛТЭК»*

---

## **PRZEDSIĘWZIĘCIA WYSTAWIENNICZE W ROSJI**

### **Moskiewskie Międzynarodowe Forum Hotelarskie i Wystawa 2008 (Moscow International Hotel Forum & Exhibition)**

W dniach 18-20 listopada 2008 odbędzie się trzecie Moskiewskie Międzynarodowe Forum Hotelarskie i Wystawa (HF&E). Impreza poświęcona jest wszystkim aspektom działalności hotelarskiej od strategii marketingowej do doboru personelu włącznie. HF&E to doskonała okazja do zdobycia nowych kontaktów biznesowych, wymiany doświadczenia i możliwość wejścia na perspektywiczny rosyjski rynek.

Poprzednie edycje HF&E przyciągnęły rzesze specjalistów i przedstawicieli firm nie tylko z branży hotelarskiej, ale również branż związanych z hotelarstwem: projektantów, wykonawców usług budowlanych i wykończeniowych, producentów wyposażenia, dostawców systemów zarządzania i bezpieczeństwa, restauratorów, centra kształcenia personelu. W imprezie udział wezmą przedstawiciele władz miejskich i regionalnych całej Federacji Rosyjskiej.

W 2008 roku HF&E odbędzie się w nowoczesnym Centrum Wystawienniczym "Манеж" w bezpośrednim sąsiedztwie Kremla. Na 3000 m<sup>2</sup> powierzchni wystawienniczej swoje produkty i usługi prezentować będą firmy rosyjskie oraz zagraniczne.

Na program tegorocznego Forum składają się konferencje, seminaria i warsztaty poświęcone m.in.: współczesnym wymogom budowlanym i bezpieczeństwa hoteli, marketingowi oraz sposobom efektywnego zarządzania branżą hotelarską z wykorzystaniem nowoczesnych systemów komputerowych, metodom motywowania i zarządzania personelem. Uczestnicy warsztatów i treningów będą mieli możliwość zdobycia certyfikatów potwierdzających zdobyte umiejętności.

Szczegółowe informacje na temat warunków i cen wynajmu stoisk wystawowych oraz szczegółowy program imprezy można znaleźć na stronie [www.hfexpo.ru](http://www.hfexpo.ru) (w języku rosyjskim i angielskim).

#### Kontakt:

*Natalia Oliegovna Sacharova – dyrektor wystawy*

tel./fax: (495) 721-36-55  
e-mail: [sakharova@hfexpo.ru](mailto:sakharova@hfexpo.ru)

### **Międzynarodowy Kompleks Wystawienniczy „Dostępne mieszkanie”**

W 2009 r. na przedmieściach Moskwy planowane jest otwarcie stałego Międzynarodowego Kompleksu Wystawienniczego „Dostępne mieszkanie”. Celem wystawy jest zapoznanie indywidualnych i korporacyjnych klientów z najnowszą ofertą rosyjskich i zagranicznych firm budowlanych z zakresu budownictwa jednorodzinne.

Kompleks powstaje na przedmieściach Moskwy w odległości 10-15 kilometrów od obwodnicy MKAD. Realizator projektu firma „VIRO” proponuje wystawcom działki o powierzchni 0,03-0,05 ha pod budowę kompleksowo wyposażonych domów jednorodzinnych oraz zapewnia wsparcie informacyjne i infrastrukturalną niezbędną dla tego rodzaju przedsięwzięcia.

Zgłoszenia przedsiębiorców zainteresowanych prezentacją swoich projektów i technologii przyjmowane będą od 20.06.2008 r.. Firmy, które podpiszą kontrakt na wynajem powierzchni wystawienniczej do 01.01.2009 r. mogą liczyć na rabat.

Szczegółowa informacja o warunkach i terminach realizacji Wystawy dostępna na stronie: [www.vkdostupnoezh-viro.ru](http://www.vkdostupnoezh-viro.ru)

#### Kontakt:

e-mail: [postmaster@viro.msk.ru](mailto:postmaster@viro.msk.ru) lub [sokol@viro.msk.ru](mailto:sokol@viro.msk.ru)  
tel.: 8 (495) 245-42-50  
fax: 8 (495) 248-32-03

### **Stałe Targi Wystawiennicze w Rostowie nad Donem**

Firma Company Managing Projects “IBC” zaprasza przedsiębiorców do udziału Stałych Targach Wystawienniczych w Rostowie nad Donem (Południowy Okręg Federalnego Rosji).

Targi zorganizowane przy udziale Izb Handlowo-Przemysłowych, Związków i Asocjacji przedsiębiorców Południa Rosji, mają za zadanie ułatwienie nawiązania współpracy i kontaktów przedsiębiorstwom z Rosji i zagranicą. W Targach mogą wziąć udział wystawcy z różnych branż i gałęzi przemysłu.

Rozwijająca się infrastruktura oraz ogromny rynek zbytu Południowego Okręgu Federalnego (22 mln mieszkańców) czynią z niego atrakcyjne i perspektywiczne miejsce dla rozwoju działalności gospodarczej.

Firma Company Managing Projects “IBC” proponuje zainteresowanym przedsiębiorcom powierzchnię wystawienniczą oraz usługi wykwalifikowanych menedżerów w sferze promocji i sprzedaży wystawianych towarów. Koszt powierzchni wystawienniczej i usług wynosi 400 EUR/m<sup>2</sup> miesięcznie (płatność co kwartał).

#### Kontakt:

e-mail: [cmp-ibc@mail.ru](mailto:cmp-ibc@mail.ru)  
tel.: 8 (863) 263-41-94 lub 8 (863) 263-59-67, tel. kom.: 8 (863) 275-84-48

Uprzejmie informujemy, że **Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego** zaprasza firmy z branży rolno-spożywczej z Mazowsza – posiadające status MSP do udziału w dniach 23-26 września 2008 r. w XVII Międzynarodowej Wystawie „**WORLDFOOD-2008**” w Moskwie.

Producenci mają możliwość zaprezentowania swojej oferty eksportowej na kolektywnym stoisku Samorządu Województwa Mazowieckiego.

**Szczegółowe informacje dotyczące warunków udziału w wystawie dostępne są na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego [www.mazovia.pl](http://www.mazovia.pl) (po prawej stronie w zakładce „Targi branży rolno-spożywczej”).**

**Dodatkowe informacje możecie Państwo uzyskać w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego (Dep. Rolnictwa i Modernizacji Terenów Wiejskich) - Pan Szymon Denis e-mail: [s.denis@mazovia.pl](mailto:s.denis@mazovia.pl), tel. (22)59-79-339.**

Międzynarodowa Wystawa „**WORLDFOOD**” obejmuje następujące działy: mięso i drób, produkty mrożone i półfabrykaty, napoje, kawa i herbata, bakalie, produkcja mleczna, wyroby cukiernicze, ryba, oleje, owoce i warzywa, zdrowa żywność i.in.

Szczegółowe informacje dotyczące wystawy można znaleźć na stronie **[www.world-food.ru](http://www.world-food.ru)**

**Zainteresowanych zapraszamy, w imieniu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego i Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Moskwie, do udziału w wystawie „**WORLDFOOD-2008**” w Moskwie.**