

# РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОКРАЩЕНИИ ОБОРОТА КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ: ВОЗМОЖНОСТИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ И ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ

Марецкая Марья, 3 курс, группа СДП-ТД-231, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: Габец Н.С., магистр юр. наук, ст. преподаватель кафедры международного права



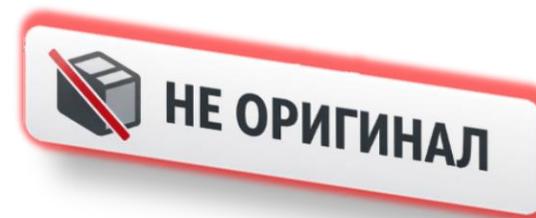
**Актуальность исследования:** стремительный рост электронной торговли в Республике Беларусь и странах ЕАЭС, который сопровождается увеличением рисков распространения контрафактной продукции. Цифровая форма торговли усложняет традиционный контроль за качеством и подлинностью товаров, создавая угрозу правам потребителей и добросовестной конкуренции, особенно в сегментах, влияющих на здоровье (лекарства,

## Задачи исследования:

1. Анализ специфики выявления поддельной продукции в условиях электронной торговли и функционирования маркетплейсов.
2. Обоснование роли и возможностей потребителей как участников контроля за оборотом контрафакта.
3. Разработка практического механизма уведомления о выявленной контрафактной продукции на маркетплейсах (кнопка «не оригинал»).
4. Определение условий для предотвращения злоупотреблений предлагаемым механизмом (недобросовестная конкуренция).

**Объект исследования** — общественные отношения, складывающиеся в сфере оборота контрафактной продукции в электронной торговле, в частности на маркетплейсах.

**Предмет исследования** — роль потребителей и инструменты маркетплейсов в системе выявления и сокращения оборота контрафактной продукции, а также взаимодействие этой системы с государственным контролем.



**Методы исследования:** общенаучные методы (анализ, синтез), сравнительный анализ (традиционная и электронная торговля), моделирование (разработка механизма вовлечения потребителей), а также анализ статистических данных и НПА.

## Практическая ценность и возможное использование результатов работы:

- **Для законодательных и контролирующих органов:** разработанный механизм может быть учтен при формировании государственной политики и нормативно-правового регулирования в сфере электронной торговли и защиты интеллектуальной собственности.
- **Для операторов маркетплейсов:** предложена конкретная инструментальная модель (функция уведомления «не оригинал») для интеграции в платформы с целью повышения их внутреннего контроля и снижения репутационных рисков.
- **Для потребителей:** такая функция позволит легитимно и оперативно информировать операторов платформы о подозрении на контрафакт, упростив процесс защиты своих прав и повысив общую безопасность и прозрачность среды для совершения покупок.

## Информационная база исследования:

- Официальные статистические данные Национального статистического комитета Беларуси о динамике электронной торговли.
- Данные мониторингов и отчетов Ассоциации «Антиконтрафакт».
- Резюме Всемирной организации интеллектуальной собственности — WIPO.
- Научные исследования в области защиты прав потребителей и интеллектуальной собственности.

