

## **КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА: ДРАЙВЕР ИЛИ ОГРАНИЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ МАРКЕТПЛЕЙСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В целях обеспечения эффективной экономической деятельности организации каждому работнику для качественного и своевременного выполнения порученных ему задач необходимо предоставить полный объем необходимой информации. Часть ее может быть из категории «коммерческая тайна». Цель работы: обосновать экономическую роль и значение коммерческой тайны для бизнеса торговой электронной площадки.

Закон Республики Беларусь от 5 января 2013 г. № 16-З «О коммерческой тайне» гласит, что коммерческая тайна — сведения любого характера (технического, производственного, организационного, коммерческого, финансового и иного), в том числе секреты производства (ноу-хау), соответствующие требованиям настоящего Закона, в отношении которых установлен режим коммерческой тайны [1]. Согласно этому закону субъектам предоставлено право относить практически всю информацию к категории коммерческой тайны, но необходимо учитывать, что маркетплейсы — это трансграничный бизнес, требующий соблюдения законов нескольких стран. Это может потребовать универсализации продукта с учетом разных законодательств или его локализации в каждом регионе.

На примере четырех крупнейших маркетплейсов (21vek.by, Wildberries, Ozon, Amazon) были проанализированы данные, находящиеся в свободном доступе, для определения уровня использования коммерческой тайны. Например, зарубежный и российские маркетплейсы представляют годовые и квартальные отчетности о финансовых результатах, белорусский же маркетплейс относит все эти сведения к коммерческой тайне. Исходя из представленных материалов и количества сведений, являющихся коммерческой тайной, можно сделать вывод об инвестиционной привлекательности данных организаций.

Малопривлекательной для инвесторов является организация 21vek.by ввиду большого объема коммерческой тайны по основным финансовым результатам за последние годы. Именно зарубежный и российские маркетплейсы оказались более инвестиционно привлекательными благодаря публикации основных результатов деятельности, что позволяет говорить о социально-экономической эффективности бизнеса.

Анализ финансовой отчетности позволяет инвесторам разобраться в текущем положении дел организации — оценить финансовое состояние и устойчивость, уровень закредитованности, а также является ключевым элементом открытости бизнеса. Такая открытость воспринимается как признак справедливости ведения бизнеса (потенциально без нарушений и обманов), что приводит к конкурентным преимуществам. Успех маркетплейса также зависит от его продавцов. Публикация отчетности играет важную роль в бизнес-маркетинге, так как это создает

новости и упоминания в СМИ, что эквивалентно бесплатной рекламе. Однако необходимо учитывать, что финансовые показатели в отчетности могут влиять на стоимость акций.

Таким образом, соблюдение режима коммерческой тайны может предотвратить экономические потери, давая организации преимущество перед конкурентами и помогая извлечь дополнительную прибыль, но может также задержать реализацию проекта, затруднить обмен информацией и сорвать заключение контракта, что несущественно по сравнению с потерей инвестиционной привлекательности бизнеса. Поэтому необходимо находить баланс в использовании режима коммерческой тайны, особенно в настоящее время, когда повышается степень открытости бизнеса клиенту, что рыночными инструментами ограничивает сферу использования режима коммерческой тайны конкурентоспособным бизнесом.

#### **Источник**

1. О коммерческой тайне [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2013 г., № 16-3 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11300016>. — Дата доступа: 06.04.2023.