

значительно сложнее, чем в начале 2000-х гг. Основные причины — стремительный рост стоимости квадратного метра, повышение процентных ставок по ипотечным кредитам, инфляционные процессы, снижающие покупательную способность населения, и смена приоритетов у современной молодежи.

В дальнейшем для решения данной проблемы необходимо разрабатывать механизмы, направленные на повышение доступности жилья: снижение ставок по ипотеке, государственные программы поддержки молодых семей и меры по контролю за ростом цен на рынке недвижимости. Кроме того, дальнейшие исследования в этой области помогут лучше понять мотивы и потребности молодежи, а также предложить эффективные стратегии для адаптации жилищной политики под новые экономические реалии.

Источники

1. Как менялись цены на квартиры в Беларуси за 20 лет? Изучаем динамику цен на квартиры на примере Минска и Могилева // ПК «Жилищный баланс». — URL: https://cens.by/analytics/kak-menyalis-ceni-na-kvartiri-v-belarusi-za-20-let/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 20.03.2025).

2. Купить квартиру в доме «Варшава» в жилом комплексе «Минск Мир» // Агентство недвижимости «Бир бай». — URL: <https://bir.by/page/real-estate/minskworld/planirovki-kvartal-22-czentralnaya-evropa/dom-varsha/> (дата обращения: 20.03.2025).

3. Белорусская ночная кредитная ставка // TRADING ECONOMICS. — URL: <https://ru.tradingeconomics.com/belarus/lending-rate> (дата обращения: 20.03.2025).

4. Кредит «Ипотека Экспресс» на приобретение жилого помещения // Беларусбанк. — URL: https://belarusbank.by/ru/fizicheskim_licam/kredit/financing/37269 (дата обращения: 20.03.2025).

Е.В. Белоус

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Р.П. Валевиц
БГЭУ (Минск)*

БОРЬБА С КОНТРАФАКТОМ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЦИВИЛИЗОВАННОЙ КОНКУРЕНЦИИ (ПРАВООЗАЩИТА, БЕЗОПАСНОСТЬ, ЭКОНОМИКА, КОНКУРЕНЦИЯ, ЛЕГАЛЬНЫЙ РЫНОК)

Контрафакт наносит ущерб бюджету, снижает доверие потребителей и препятствует инновационному развитию, что делает борьбу с ним стратегической задачей на государственном уровне.

Контрафакт — товар, произведенный или реализуемый с нарушением прав интеллектуальной собственности, без разрешения правообладателя, с целью по-

лучения прибыли путем имитации оригинальной продукции. Подделки наносят ущерб экономике, бизнесу и правообладателям, вводя потребителей в заблуждение. Они создают риски для здоровья и безопасности, представляя серьезную проблему в современном мире.

Основные причины появления контрафактной продукции:

- высокий потребительский спрос на дешевые аналоги. Многие потребители выбирают подделки из-за их низкой стоимости, особенно в странах с низкими доходами. Потребители часто игнорируют качество и правовой статус товара ради экономии. Недостаточный уровень правовой защиты и контроля;
- слабая правовая база и мягкие санкции позволяют производителям контрафакта действовать безнаказанно. Ограниченные ресурсы таможи и полиции затрудняют эффективный контроль;
- желание производителей получить быструю и высокую прибыль. Контрафакт производится без затрат на лицензии и сертификацию, снижая себестоимость. Это позволяет недобросовестным производителям получать сверхприбыль;
- обход международных санкций. Санкции ограничивают импорт оригинальных товаров, что стимулирует производство контрафакта. Подделки используют брендинг известных компаний для обхода ограничений и удовлетворения спроса.

Контрафакт может принимать различные формы в зависимости от характера нарушения интеллектуальных прав. Основные типы контрафакта можно классифицировать следующим образом:

- контрафакт, связанный с нарушением прав на товарные знаки (брендовый контрафакт). Незаконное использование товарных знаков и фирменной символики для имитации оригинальной продукции, например поддельных сумок Louis Vuitton или смартфонов Apple. Такие товары часто изготавливаются из некачественных материалов, быстро изнашиваются и могут представлять угрозу здоровью, например из-за риска возгорания поддельной электроники;
- контрафакт, связанный с нарушением авторских прав. Незаконное копирование и распространение произведений, таких как пиратские фильмы, игры или электронные книги, без вознаграждения правообладателей. Это приводит к финансовым потерям авторов, снижению их мотивации и рискам заражения устройств вредоносным ПО;
- контрафакт, связанный с нарушением патентного права и прав на промышленные образцы. Производство товаров с использованием запатентованных технологий или дизайна без разрешения, например поддельных лекарств или автозапчастей. Такие изделия могут быть неэффективными или опасными, вызывая сбои в работе техники или создавая угрозу для здоровья и безопасности.

В 2024 г. Федеральная служба безопасности России обнаружила на табачной фабрике в России крупную партию контрафактных сигарет с поддельными белорусскими акцизными марками. Изъято было более 6,2 млн пачек сигарет под мар-

ками «Корона Kalipso», Marlboro, Kent и Rothmans, а также около 300 тыс. фальшивых акцизных марок Беларуси и 500 тыс. поддельных марок «Гознака».

Чтобы избежать покупки поддельной продукции, нужно приобретать товары только у официальных дистрибьюторов или в проверенных магазинах, проверять упаковку и маркировку на наличие серийных номеров и ошибок, использовать сайты производителей для подтверждения подлинности, избегать подозрительно низких цен, изучать отзывы покупателей и требовать сертификаты соответствия для лекарств и техники.

В Беларуси борьба с контрафактом включает регистрацию товарных знаков и патентов в Национальном центре интеллектуальной собственности для юридической защиты, позволяющей правообладателям пресекать нарушения через суд. Таможенные органы вносят объекты в Таможенный реестр, задерживают подозрительные товары, а компании сотрудничают с МВД и другими структурами для выявления и изъятия подделок, дополняя это информационными кампаниями и публикациями в СМИ, которые повышают осведомленность потребителей о рисках контрафакта и способах его распознавания.

Международные методы борьбы с контрафактом включают использование технологических решений, таких как голограммы, QR-коды и системы отслеживания цепочек поставок, для подтверждения подлинности товаров и выявления подделок. Также применяются международные стандарты, например ISO 22380, сотрудничество через организации вроде IACC, а также ужесточение наказаний и проведение глобальных операций против контрафакта.

Нормативно-правовая база борьбы с контрафактом в Республике Беларусь включает Уголовный кодекс (ст. 201), предусматривающий ответственность за нарушение авторских и смежных прав, а также законы «О товарных знаках» (1993) и «О государственной системе правовой охраны интеллектуальной собственности» (2013), устанавливающие порядок регистрации и защиты прав. Таможенный кодекс ЕАЭС и подзаконные акты (постановления Совета Министров и ГТК) обеспечивают механизмы таможенного контроля и сотрудничества с правообладателями для выявления и пресечения контрафакта.

Контрафактная продукция представляет серьезную угрозу для экономики, безопасности потребителей и развития инноваций. Эффективная борьба с подделками требует комплексных мер: усиления правовой защиты, таможенного и рыночного контроля, международного сотрудничества и повышения осведомленности населения. Только системный подход позволит минимизировать ущерб от контрафакта и обеспечить защиту интеллектуальной собственности в Республике Беларусь.

Источники

1. Национальный центр интеллектуальной собственности. Борьба с контрафактом : [сайт]. — URL: <https://www.ncip.by> (дата обращения: 25.05.2025).

2. Борьба с контрафактом: алгоритм действий правообладателя // Юрист. — URL: <https://jurist.by/zhurnal/statia/borba-s-kontrafaktom-algoritm-dejstvij-pravoobladatalya> (дата обращения: 25.05.2025).

3. Меры по защите прав интеллектуальной собственности // Государственный таможенный комитет Республики Беларусь. — URL: <https://www.customs.gov.by/zashchita-prav-na-obekty-intellektualnoy-sobstvennosti/mery-po-zashchite-prav-intellektualnoy-sobstvennosti/> (дата обращения: 25.05.2025).

М.А. Беянова, А.Д. Грибанова

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Р.П. Валевиц
БГЭУ (Минск)*

МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА: ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ VS ФРАНШИЗА

Важнейшей экономической целью развития Республики Беларусь является усиление обеспечения экономической безопасности страны. Основой для достижения этой цели является рост производительности общественного труда и оптимизация расходов. Современный этап развития экономики предполагает поиск путей и различных моделей ведения бизнеса, которые соответствовали бы этим критериям. Особую актуальность это приобретает в условиях стремительного развития сферы услуг, где ресторанный бизнес демонстрирует высокие темпы роста, формируя новые тенденции в потреблении и предпринимательстве. Отметим некоторые ключевые значения развития сферы общественного питания: товарооборот общественного питания в 2023 г. составил 5136,4 млн руб., что на 11,8 % больше в сопоставимых ценах к 2022 г. Наибольшее значение товарооборота общественного питания характерно для г. Минска — 2407,6 млн руб. и Минской области — 578,3 млн руб. Количество объектов общественного питания в Республике Беларусь в 2023 г. составило 15 734 ед., что на 734 объекта больше, чем в 2022 г. Большой удельный вес отводится кафе и мини-кафе — 29,3 %, далее можно выделить столовые — 26,3 % и прочие объекты — 22,2 %. Наименьший удельный вес занимают рестораны быстрого обслуживания — 2,3 %.

Для повышения эффективности и реализуемости продукции ресторанного бизнеса важно на предварительном этапе оценить стоимость открытия индивидуального объекта и на условиях франчайзинга.

Франчайзинг представляет собой готовую форму бизнеса, которая классифицируется как нематериальный актив. Франчайзинг в качестве нематериального актива включает в себя не только право на использование бренда, но и доступ к проверенной бизнес-модели, маркетинговым стратегиям и поддержке со стороны франчайзера. Это делает франшизу привлекательной формой бизнеса для предпринимателей, которые хотят минимизировать риски, связанные с открытием нового бизнеса.