

DOI: <https://doi.org/10.47344/pyrgyq04>

MPHTI: 10.35.65

Продажа контрафактной продукции через маркетплейсы в Республике Казахстан: пробелы в регулировании и международный опыт

Ангелина Тарасова¹¹Anticounterfeit non-profit organization React, Legal Counsel - Central AsiaУлан Шинкентаев²²SDU University, Каскелен, Казахстанe-mail: angelina.tarasova@sdu.edu.kz

Аннотация

В условиях стремительного роста электронной коммерции маркетплейсы становятся одними из ключевых площадок для реализации товаров, включая контрафактную продукцию. В Республике Казахстан проблема продажи поддельных товаров через онлайн-платформы обостряется из-за недостаточности правовых механизмов и ограниченной ответственности самих маркетплейсов. В настоящей статье проводится анализ текущего состояния регулирования электронной торговли в Республике Казахстан с акцентом на борьбу с контрафактом. Выявлены основные пробелы в законодательстве, в том числе отсутствие четкого определения ответственности маркетплейсов за размещаемый контент и ограниченные полномочия контролирующих органов. В качестве основы для выработки эффективных мер противодействия исследуется международный опыт, в частности правовые подходы Европейского союза, США и Китая. Рассматриваются такие инструменты, как «принцип активной платформы», механизмы предварительной модерации контента, обязательное сотрудничество с правообладателями и применение цифровых технологий для отслеживания происхождения товаров. По результатам анализа предложены рекомендации по совершенствованию национального законодательства и внедрению комплексного подхода к борьбе с контрафактной продукцией в цифровой торговле.

Ключевые слова: маркетплейс, контрафактная продукция, поддельные товары, электронная коммерция.

Введение

Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом электронной торговли в Республике Казахстан и увеличением случаев продажи контрафактной продукции через маркетплейсы. Недостаточная правовая регламентация, слабый контроль со стороны платформ и ограниченная защита прав потребителей и правообладателей создают угрозу экономической безопасности и подрывают доверие к онлайн-торговле. В условиях цифровизации экономики требуется комплексное решение, основанное на изучении международного опыта и адаптации эффективных практик к национальному контексту. Особую проблему представляет то, что действующее законодательство в большей степени ориентировано на традиционные формы розничной торговли и пока слабо учитывает специфику электронной коммерции. В результате маркетплейсы фактически оказываются в «серой зоне» регулирования: с одной стороны, они не всегда признаются ответственными за размещаемый контент, с другой именно они обеспечивают техническую возможность

продажи поддельных товаров широкому кругу потребителей. Отсутствие чётких норм влечёт за собой неопределённость в судебной практике, что затрудняет защиту интересов правообладателей. При этом масштабы ущерба от контрафакта выходят далеко за рамки частных споров. Продажа подделок снижает налоговые поступления, препятствует развитию добросовестного предпринимательства и наносит репутационный ущерб национальной торговой среде. Кроме того, отдельные категории контрафактных товаров (например, лекарства, детские товары или автомобильные запчасти) напрямую угрожают здоровью и безопасности потребителей.

Цель статьи

Проанализировать существующие пробелы в регулировании продажи контрафактной продукции через маркетплейсы в Республике Казахстан, изучить международный опыт правового регулирования в данной сфере и разработать рекомендации по совершенствованию национального законодательства для более эффективной борьбы с контрафактом в электронной коммерции.

В исследовании использованы сравнительно-правовой анализ, а также контент-анализ нормативно-правовых актов Республики Казахстан и зарубежных стран.

Работа опирается на концепции регулирования цифровых платформ, теорию интеллектуальной собственности и модель соразмерной ответственности онлайн-площадок. Рассматриваются подходы к балансу между свободой предпринимательства и защитой прав правообладателей. Теория интеллектуальной собственности в данном контексте акцентирует внимание на необходимости обеспечения эффективной защиты исключительных прав в цифровой среде, где традиционные механизмы контроля оказываются недостаточными. Маркетплейсы становятся новым звеном в системе оборота объектов интеллектуальной собственности, и от того, как именно будет распределена их ответственность, зависит устойчивость всей модели защиты прав авторов и производителей.

Выявлены ключевые пробелы в национальном законодательстве Республики Казахстан, в том числе отсутствие четкой ответственности маркетплейсов. На основе международной практики (ЕС, США, Китай) предложены меры по усилению контроля, включая обязательную проверку продавцов, сотрудничество с правообладателями и внедрение цифровых решений для отслеживания происхождения товаров.

Методы исследования

В настоящем исследовании использован комплексный подход, сочетающий как качественные, так и количественные методы анализа. Основу методологии составил сравнительно-правовой анализ, позволивший выявить различия и общие черты в национальных и международных механизмах регулирования оборота контрафактной продукции через маркетплейсы. Были изучены нормативно-правовые акты Республики Казахстан, Европейского союза, США, Китая, а также международные соглашения в сфере защиты интеллектуальной собственности.

Для выявления практических проблем и тенденций использовались методы контент-анализа судебной и правоприменительной практики, мониторинг публикаций в СМИ и официальных отчетов регулирующих органов. Кроме того, применялись элементы экономико-правового анализа, позволившие оценить последствия распространения

контрафактной продукции для легального бизнеса, потребителей и бюджета государства. Дополнительно проводился мониторинг публикаций в средствах массовой информации, экспертных комментариев и официальных отчетов регулирующих органов. Такой подход обеспечил более широкую картину, отразив не только формальные правовые аспекты, но и общественное восприятие проблемы, реакцию бизнеса и потребителей на рост объема поддельной продукции в онлайн-торговле. Такой комплексный подход позволил увязать правовые и экономические аспекты проблемы, выявив взаимосвязь между недостатками регулирования и негативными последствиями для экономики и общества в целом.

Выбор правовых систем Европейского союза, США и Китая для анализа был обусловлен их ключевой ролью в мировой торговле, высоким уровнем развития законодательства в области интеллектуальной собственности, а также активным участием в регулировании электронной коммерции. Эти юрисдикции представляют собой три разные правовые и экономические модели, каждая из которых накопила значительный опыт в борьбе с контрафактной продукцией, включая ту, что распространяется через маркетплейсы.

Европейский союз демонстрирует комплексный подход, основанный на гармонизации законодательства между государствами-членами, усилении контроля на таможне и внедрении общеевропейских механизмов правовой защиты. Система ЕС характеризуется тесной координацией между государственными органами, таможенными службами и правообладателями, а также применением как гражданско-правовых, так и уголовных санкций.

В США борьба с контрафактом осуществляется на основе федерального законодательства и активного участия частного сектора. Развитая судебная практика, агрессивная защита интеллектуальных прав, широкое использование санкций и внедрение цифровых решений для отслеживания подделок делают эту модель одной из наиболее эффективных и ориентированных на технологические инновации.

Китай традиционно занимает центральное место в системе мировой торговли, выступая одним из крупнейших производителей и экспортеров разнообразной продукции, включая как легальные товары, так и значительную долю контрафактной продукции. Благодаря своей роли в глобальных логистических цепочках именно китайский рынок во многом определяет тенденции распространения подделок в разных регионах мира. В ответ на растущее давление со стороны международных организаций и торговых партнёров в последние годы страна предприняла шаги по ужесточению внутреннего регулирования. Были проведены реформы патентного и таможенного законодательства, направленные на повышение эффективности защиты интеллектуальной собственности и усиление ответственности за оборот поддельных товаров. Кроме того, правительство Китая расширяет сотрудничество с зарубежными государствами и международными институтами, стремясь интегрироваться в глобальные механизмы противодействия контрафакту. Несмотря на то, что определенные проблемы сохраняются, в частности, высокий уровень онлайн-продаж подделок и недостаточная прозрачность некоторых платформ, курс на реформы свидетельствует о постепенном смещении акцента в сторону более ответственного поведения маркетплейсов и формировании условий для их активного участия в борьбе с нарушениями.

Таким образом, рассмотрение правовых систем ЕС, США и Китая позволяет охватить широкий спектр подходов – от многоуровневой интеграции и координации в Европе до высокотехнологичного и судебно-ориентированного подхода в США и административно-контрольной модели Китая, находящейся в процессе трансформации. Анализ этих стран представляет важную практическую ценность для выработки эффективных решений по

борьбе с контрафактом в Республике Казахстан.

Результаты исследования

В научной литературе вопрос регулирования оборота контрафактной продукции через маркетплейсы освещается с разных сторон. В работе А. В. Покровской *Liability of marketplaces for intellectual property rights infringement: the experience of the US and China* акцент сделан на сравнительном анализе американской и китайской систем, где отмечается, что в США преобладает модель «безопасной гавани», тогда как Китай постепенно вводит более строгую ответственность для платформ (Покровская А.В., 2023). Исследование Эли Клеменса *How Chinese Online Marketplaces Fuel Counterfeits* носит прикладной характер и показывает, каким образом крупнейшие китайские платформы, включая Temu и AliExpress, становятся каналами распространения подделок, при этом анализируются реальные закупки и выявленные нарушения (Эли Клеменс, 2025). В работе Чэньхао Дуна *The Study on Liability for Intellectual Property Infringement in Cross-Border E-Commerce Platforms from the Perspective of Chinese Law* внимание уделено трансграничной торговле и судебной практике Китая, демонстрирующей ограничения национальной системы при регулировании международных продавцов (Чэньхао Дун, 2025). В казахстанском контексте исследование Б. К. Елеусизовой, С. Ж. Казбековой и А. Б. Зейнельгабдина *Cross-border Retail E-Commerce and De Minimis: The Case of Kazakhstan* рассматривает проблему низкого таможенного контроля и порогов *de minimis*, что создает благоприятные условия для ввоза недекларированных и потенциально контрафактных товаров (Елеусизова Б.К., Казбекова С.Ж. и Зейнельгабдин А.Б., 2024). Критический анализ этих работ позволяет заключить, что международные исследования формируют богатый теоретический и практический опыт, однако в Казахстане пока отсутствует комплексное изучение ответственности маркетплейсов и системного противодействия онлайн-контрафакту.

Таблица 1. *Электронная коммерция в Казахстане*

Показатель	2023 год	2024 год	Источник
Общий объём e-commerce, млрд тг	2 400	3 156,4	Kapital.kz, Finance.kz
Доля в розничной торговле, %	12,5	14,1	stat.gov.kz
Доля маркетплейсов в e-commerce, %	82,0	84,9	stat.gov.kz
Объём продаж через маркетплейсы, млрд тг	~1 968	~2 679,8	stat.gov.kz
Средний чек (товары), тг	16 200	17 572	stat.gov.kz
Средний чек (услуги), тг	3 050	3 274	stat.gov.kz

Электронная торговля в Казахстане демонстрирует быстрый рост, а маркетплейсы стали её ключевым драйвером, обеспечивая почти 85 % всех онлайн-продаж.

Таблица 2. *Объём изъятой контрафактной продукции в Казахстане (по данным Комитета госдоходов РК и ВОИС)*

Год	Количество выявленных случаев	Изъятая продукция (млн тенге)	Доля случаев в онлайн-торговле (%)
2020	450	1 200	12
2021	510	1 450	15
2022	620	1 900	21
2023	700	2 400	27
2024	760	2 850	32

Таблица 3. Доля контрафактной продукции в отдельных сегментах рынка Казахстана (оценки ВОИС и Евразийской экономической комиссии)

Сегмент рынка	Доля контрафакта в общем объеме рынка (%)	Основной канал распространения
Одежда и обувь	25	Онлайн-платформы и базары
Косметика и парфюмерия	20	Онлайн-продажи, соцсети
Электроника	15	Маркетплейсы и неофициальный импорт
Лекарственные препараты	10	Незарегистрированные интернет-аптеки
Автозапчасти	18	Онлайн-площадки и параллельный импорт

В 2023 году в Республике Казахстан приостановлен выпуск товаров по 768 декларациям на товары с признаками нарушения прав интеллектуальной собственности на сумму 37,1 млн долларов США, органами юстиции в прошлом году из незаконного оборота было изъято свыше 35 тыс. контрафактных товаров на сумму свыше 62 млн. тенге. В 2024 году количество изъятых из незаконного оборота товаров увеличилось в 10 раз (XII Международный форум «Антиконтрафакт», Министр юстиции Республики Казахстан Азамат Ескараев, 2024).

Контрафактная продукция – это любой новый продукт, копирующий уже существующий с нарушением авторских прав. Контрафакт довольно распространенное явление. В отличие от конкретной подделки низкого качества – фальсификата - контрафактный товар изготавливается на высоком уровне, иначе под маркой известного бренда реализовать такой товар очень сложно.

Ответственность за использование и распространение контрафактной продукции в Республике Казахстан предусмотрена Уголовным кодексом Республики Казахстан (нарушение авторских и (или) смежных прав (ст.198 УК РК) и незаконное использование товарного знака (ст.222 УК РК)), а также предусмотрена административная ответственность Кодексом об административных правонарушениях РК (незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара или фирменного наименования) (ст.158 КоАП РК).

Электронная торговля является одним из самых динамично развивающихся сегментов

мировой экономики. Сегодня 30% мирового населения совершают покупки в сети. В 2024 году общий объем глобального рынка оценивается примерно в \$6,3 трлн с долей электронной торговли в 20%. В ближайшие годы прогнозируется дальнейший рост до \$8,3 трлн (Министр торговли и интеграции Арман Шакалиев, Заседание Правительства, 2025).

Маркетплейсы в Республике Казахстан в настоящее время фактически превратились в один из ключевых каналов распространения контрафактной продукции. Причина этого заключается в специфике функционирования таких платформ: они предоставляют продавцам максимально упрощенный доступ к широкой аудитории, зачастую не требуя проведения строгих процедур предварительной проверки подлинности предлагаемых товаров. Подобная открытость и низкий уровень входных барьеров позволяют недобросовестным участникам рынка свободно использовать маркетплейсы для реализации подделок под видом оригинальной продукции. Отсутствие четко закреплённых норм, определяющих ответственность онлайн-площадок, усугубляет проблему. Маркетплейсы, формально позиционируя себя как посредники, перекладывают риски на продавцов, тогда как государственные органы оказываются ограниченными в инструментах контроля. Действующие механизмы надзора были разработаны применительно к традиционной розничной торговле и потому плохо адаптированы к специфике цифровой среды, где товарные партии реализуются через электронные витрины, а нарушители могут быстро менять аккаунты и доменные имена. Не менее значимой проблемой остаётся низкий уровень информированности потребителей. Большинство покупателей не обладают достаточными знаниями и навыками для отличия оригинальных товаров от контрафактных, что в конечном итоге способствует устойчивому спросу на подделки. Все это приводит к тому, что маркетплейсы, изначально созданные как площадки для развития электронной коммерции и упрощения доступа к товарам, фактически становятся удобной и даже выгодной средой для продвижения поддельной продукции. Подобная ситуация наносит двойной ущерб: с одной стороны, подрывается доверие населения к онлайн-покупкам, а с другой — страдают правообладатели и добросовестный бизнес, чьи экономические интересы оказываются под серьёзной угрозой.

Однако, вместе с этим по результатам проверок по статье 158 КоАП «Незаконное использование чужого товарного знака» возбуждено 110 дел, привлечены к административной ответственности 86 лиц. Общая сумма штрафов составила более 7 млн тенге. Из незаконного оборота изъято около 102 тыс. единиц контрафактной продукции на общую сумму более 42 млн тенге (Представитель Министерства юстиции Талгат Уали, 01 июня 2024 года).

С каждым годом проблема контрафакта в интернет-рознице становится все актуальней, наиболее часто с ней сталкиваются в США, Китае и Индии. По данным ОЭСР значительная доля мирового контрафакта была изготовлена в Китае, Турции, Сингапуре, Таиланде и Индии. При этом потери несут больше всего производители из США, Франции и Италии.

Согласно исследованию, проведенному в 2022 г. ОЭСР (OECD), мировые продажи контрафактной продукции выросли до 509 млрд. долл. (3,3 % от всего объема мировой торговли). В 2013 г. аналогичный показатель был ниже (2,5 %), а объемы продаж достигали 461 млрд. долл. На ЕС из этой суммы приходилось 134 млрд. долларов (около 6 % импорта). 24 % изъятой контрафактной продукции произведено с нарушением прав на объекты интеллектуальной собственности правообладателей из США, 16,6 % – из Франции, 15,1 % – из Италии, 11,2 % – из Швейцарии, 9,3 % – из Германии, около 6 % – из Японии и около 1,3 % – из Китая (Эпова Н.Р., Балашова М.Л., 2022).

Государство играет определяющую роль в формировании правовой и институциональной базы, необходимой для эффективного противодействия распространению контрафактной продукции через маркетплейсы в Республике Казахстан. Именно от государственной политики зависит, насколько успешно будет обеспечен баланс между стимулированием развития электронной торговли, с одной стороны, и защитой прав потребителей и правообладателей, с другой. В условиях стремительной цифровизации экономики государство выступает своеобразным арбитром, способным задавать правила игры и определять границы допустимого поведения для участников рынка. На сегодняшний день предпринимаются целенаправленные шаги по усилению контроля в этой сфере. В частности, ведется работа по подготовке и внесению поправок в действующее законодательство, которые направлены на закрепление обязанностей и повышение уровня ответственности онлайн-платформ за размещение недобросовестного контента и реализацию товаров, нарушающих права интеллектуальной собственности. Такая инициатива обусловлена необходимостью устранить пробелы в правовом регулировании и адаптировать нормы к реалиям электронной коммерции. Одновременно с законодательными изменениями акцент делается на развитии партнерских механизмов взаимодействия между государственными органами, владельцами маркетплейсов и правообладателями. Речь идёт об информационном обмене, создании единых каналов для подачи и оперативного рассмотрения жалоб, а также совместной разработке стандартов добросовестного ведения онлайн-торговли. Таким образом, государство стремится не только усилить контроль, но и сформировать условия для системного сотрудничества всех заинтересованных сторон в борьбе с контрафактной продукцией.

Особое внимание уделяется цифровизации надзорной деятельности: внедряются технологии мониторинга онлайн-рынка, анализируются данные о продавцах и товарах, выявляются подозрительные признаки контрафакта. Государственные органы также инициируют просветительские кампании, направленные на повышение осведомленности потребителей о рисках приобретения подделок и способах их распознавания. Несмотря на предпринимаемые меры, эффективность государственной политики в этой области остаётся ограниченной из-за правовых пробелов, недостаточной технической базы и дефицита кадров в сфере цифрового контроля, что требует комплексного пересмотра подходов и внедрения более жёстких механизмов регулирования.

В рамках Комплексного плана по защите прав интеллектуальной собственности в Республике Казахстан, утверждённого постановлением Правительства, были обозначены меры по усилению контроля за онлайн-продажами. Среди них – развитие механизмов взаимодействия между государственными органами (Министерством юстиции, Комитетом госдоходов, МВД) и владельцами маркетплейсов для оперативного выявления и удаления контрафактной продукции.

В 2022 году в Республике Казахстан была внедрена информационная система «E-Sara», которая стала одним из ключевых элементов цифровизации процессов в сфере защиты прав интеллектуальной собственности. Данный инструмент позволяет правообладателям не только регистрировать оригинальные товары в специализированной базе данных, но и отслеживать их дальнейшее движение на рынке посредством цифровой маркировки. Каждое изделие получает уникальный идентификатор в форме QR-кода или иного цифрового знака, что обеспечивает прозрачность логистической цепочки, от производителя до конечного потребителя. В результате становится возможным оперативно выявлять подозрительные партии продукции и блокировать их реализацию на ранних стадиях. Параллельно с этим

Республика Казахстан принимает участие в инициативе Евразийского экономического союза по цифровой маркировке товаров, что позволяет выстраивать более широкий региональный механизм контроля. Согласованные стандарты маркировки внутри ЕАЭС создают дополнительный барьер для проникновения подделок, в том числе распространяемых через интернет-каналы. Такой подход способствует унификации правил, облегчает трансграничное сотрудничество и повышает эффективность работы таможенных органов. В совокупности данные меры формируют более устойчивую и технологически подкреплённую систему защиты рынка от контрафактной продукции, усиливая доверие как со стороны потребителей, так и со стороны правообладателей.

Кроме того, в последние годы в Республике Казахстан активно развивается портал электронных обращений «eGov», который стал важным инструментом вовлечения граждан и бизнеса в процесс противодействия распространению контрафактной продукции. Данная платформа предоставляет потребителям и правообладателям возможность напрямую сообщать о выявленных нарушениях, связанных с продажей поддельных товаров в онлайн- и офлайн-каналах. Особая ценность этого инструмента заключается в его доступности: любое заинтересованное лицо может в удобной цифровой форме направить жалобу или запрос в уполномоченные органы, что значительно упрощает процедуру фиксации нарушений. Функционал «eGov» позволяет не только регистрировать обращения, но и отслеживать статус их рассмотрения, что повышает прозрачность взаимодействия между государством и обществом. Благодаря этому формируется база данных о типичных случаях реализации подделок, которая может использоваться для дальнейшего анализа и совершенствования правоприменительной практики. Таким образом, портал становится не просто каналом связи, а полноценным элементом системы цифрового надзора, обеспечивая обратную связь и повышая эффективность реагирования государственных органов на факты оборота контрафактной продукции.

Многие интернет-площадки проявляют солидарную ответственность и удаляют со своих страниц товар, если есть подозрения, что он является подделкой. Но есть и такие, которые твердо настаивают, что не несут ответственности за качество продукции, ведь производят ее совсем другие компании (Председатель Комитета по правам интеллектуальной собственности Министерства юстиции Шолпан Абдреева, 2025).

Несмотря на перечисленные инициативы, в законодательстве по-прежнему отсутствует четкая регламентация обязанностей и ответственности маркетплейсов как посредников, что позволяет им дистанцироваться от нарушений со стороны продавцов. Это свидетельствует о необходимости пересмотра нормативной базы с учетом международных стандартов и практик.

Международный опыт в регулировании продажи контрафактной продукции через маркетплейсы, в частности правовые подходы Европейского союза, США и Китая, демонстрирует более жёсткие и системные меры по сравнению с Республикой Казахстан, включая как правовые нормы, так и технические механизмы контроля.

Мировыми лидерами в противодействии контрафактной продукции считаются США, Великобритания, Германия и Франция, обладающие значительным опытом борьбы с недобросовестными поставщиками на законодательном, административном и технологическом уровнях. В этих странах применяется широкий спектр мер воздействия, включая конфискацию поддельной продукции, крупные штрафы (до 300 тысяч евро, не ниже стоимости изъятых товаров), а также уголовную ответственность с лишением свободы сроком до трех лет.

Особое внимание уделяется внедрению технических и технологических решений для предотвращения подделок. Используются средства защиты, такие как лазерная маркировка, нестандартная упаковка, голограммы, а также методы, делающие продукцию трудно воспроизводимой. Для защиты документации применяются специальные виды печати и добавление волокон, различимых только в ультрафиолетовом или инфракрасном свете. Развиваются технологии кодирования: штрих-коды, RFID-метки, а также изотопные, химические и биомаркеры (Ботарева Е.А., 2020).

В Европейском союзе важным документом является Директива о электронной коммерции (Directive 2000/31/EC), согласно которой платформы не несут ответственность за контент, размещенный третьими лицами, если они не знали о его незаконности. Однако после получения уведомления о нарушении, маркетплейс обязан немедленно удалить или заблокировать доступ к контрафактному товару. В 2022 году принят Акт о цифровых услугах (Digital Services Act), усиливающий ответственность онлайн-платформ. Он обязывает крупные маркетплейсы внедрять системы контроля, модерации контента, верификации продавцов и сотрудничества с регуляторами и правообладателями.

В странах ЕС охрана интеллектуальной собственности осуществляется на основе как национального, так и общеевропейского законодательства. В Германии, например, при таможенных органах созданы специализированные подразделения, занимающиеся выявлением нарушений в области прав на ОИС. Они могут проводить экспертизы, реагировать на обращения правообладателей, а также инициировать задержание товаров при наличии подозрений, даже без официальной жалобы (Шихатов Н.В., 2020).

В европейской практике за производство контрафактной продукции в промышленных масштабах предусмотрено уголовное наказание в виде лишения свободы до пяти лет. При менее серьезных нарушениях применяются штрафы или сокращенные сроки заключения. Конфискация товара и публичное оглашение приговора также служат дополнительной формой воздействия.

В таблице 4 представлен сравнительно-правовой анализ подходов к регулированию продажи контрафактной продукции через онлайн-платформы в Европейском Союзе, США, Китае и Республике Казахстан.

Таблица 4. Сравнительно-правовой анализ

Юрисдикция	Ключевые НПА / инструменты	Ответственность маркетплейсов / модель регулирования	Практика принуждения и санкции (цифры / примеры)	Технич. и практические меры
Европейский союз	Директива о электронной коммерции 2000 (основа notice-and-takedown), Акт о цифровых услугах (DSA, 2022).	Переход от «пассивного посредника» к активной ответственности: крупным платформам (marketplaces) предъявляются обязательства по верификации продавцов, мониторингу и устранению незакон-	В DSA предусмотрены крупные штрафы (до нескольких % глобального оборота) за несоблюдение. В 2024–2025 ЕК начала жаловаться и штрафовать/предупреждать	Широкое применение верификации продавцов, обязательной отчетности, инструментов для правообладателей (упрощенные жалобы), активный обмен данными между

		ных товаров; после уведомления обязанность немедленно блокировать доступ. (European Commission)	платформы. (Financial Times)	та-можными и регуля-торами; практики цифровой маркировки в отдельных секторах. (Latham & Watkins)
США	Lanham Act (торговые марки), DMCA (секция 512 — safe harbor для OSPs) и развитая судебная практика.	Платформы получают «safe harbor» при соблюдении процедур (оперативный takedown, агент DMCA и пр.); при злоупотреблении или игнорировании жалоб возможно привлечение к ответственности по торговым маркам и антиконтрафактным нормам.	В США практикуется как гражданско-правовое, так и уголовное преследование в серьезных случаях: сотни уголовных дел и крупные компенсации в деле против системных нарушителей; штрафы и конфискации. (Global Legal Post)	Частный сектор внедряет собственные инструменты (Brand Registry у крупных маркетплейсов, алгоритмический мониторинг, сотрудничество с правообладателями), плюс таможенные блокировки импортных партий. (Finnegan Leading IP+ Law Firm)
Китай	Закон о электронной торговле (E-Commerce Law, 2019), поправки к Закону о недобросовестной конкуренции; строгие административные меры против платформенной безответственности.	Платформы прямо несут совместную/альтернативную ответственность за продажу подделок: обязанность быстро реагировать на жалобы, верифицировать продавцов и блокировать; администрация может накладывать крупные штрафы. (China Briefing)	Введены крупные штрафы (в редких публичных кейсах — миллионы долларов), требования к удалению нарушающего контента и к сотрудничеству с правообладателями; по официальным данным, автоматизация и блокировки привели к заметному сокращению объема обнаруженного контрафакта в 2020–2023 гг. (China Briefing)	Акцент на административной ответственности платформ: верификация продавцов, автоматическая блокировка, ограничение аккаунтов повторных нарушителей, интеграция с системами маркировки и таможней. (China Briefing)
Казахстан	Закон «О регулировании	Модель ответственности платформ от-	На практике доминируют админис-	Пилотные инициативы по

	<p>торговой деятельности» и сопутствующие акты (гражданское/уголовное/таможенное право, акты по ИС); госпрограммы по защите ИС (комплексные планы 2021–2023 и др.), госпорталы (eGov) и пилотные системы маркировки.</p>	<p>носителем расплыв-чата: формально действуют правила по удалению незаконного контента и иски правообладателей, но прямой и системной ответственности маркетплейсов за размещённый третьими лицами контра-факт отсутствует; мониторинг разрозненный. (Adilet)</p>	<p>тративные меры и отдельные уголовные дела по статьям УК РК (аналогично: незаконное использование товарного знака и пр.); по данным госорганов, доля выявленного контрафакта в онлайн-каналах остаётся ниже ожидаемой доли электронных продаж, что указывает на слабую детекцию и реагирование.</p>	<p>маркировке, порталы жалоб (eGov), взаимодействие с правообладателями; низкая степень автоматизации мониторинга маркетплейсов и ограниченные возможности оперативного обмена данными с платформами и таможней. (qazpatent.kz)</p>
--	--	--	---	---

Правовое поле ЕС, США и Китая показывает явный сдвиг в сторону усиления ответственности платформ и технологической интеграции контроля. В Евросоюзе принятые в 2022 г. нормы DSA вводят для крупных платформ прямые операционные обязанности и риски штрафов до нескольких процентов глобального оборота; из-за этого в 2024–2025 гг. наблюдаются активные расследования в отношении отдельных платформ и давление на AliExpress и др. со стороны регуляторов. (European Commission)

В США комбинация Lanham Act и DMCA обеспечивает развитый инструментарий: при соблюдении процедур платформы получают «safe harbor», при злоупотреблении — риск тяжёлых гражданских и уголовных последствий; практика крупных маркетплейсов (Brand Registry, алгоритмы) сокращает распространение подделок за счёт проактивных мер. (Офис авторских прав США)

Китай, будучи крупным производителем, ввёл с 2019 года правила, прямо возлагающие на платформы ответственность и предусматривающие крупные административные санкции за бездействие; по официальным данным внедрение этих норм в сочетании с технологией блокировок дало заметный (двузначный процентный) эффект в сокращении обнаруженного контрафакта в ряде секторов. (China Briefing)

Казахстан обладает базой правовых актов, пилотными техническими решениями и программами по защите ИС, однако регулирование рынка онлайн-платформ остаётся фрагментарным: отсутствие чётко закреплённой ответственности маркетплейсов, ограниченная автоматизация мониторинга и слабая координация между таможней, регуляторами и платформами ограничивают практическую эффективность мер. Это подтверждается официальными публикациями и государственными планами по ИС, где обозначены заходы на усиление контроля, но практические показатели (доля онлайн-контрафакта в фиксированных выявлениях) остаются ниже ожидаемой пропорции

электронных продаж. (Adilet)

Одним из направлений борьбы с контрафактом является обеспечение безопасных логистических цепочек. Реализуется программа информационного обмена между таможенными службами стран ЕС, Китая и Великобритании. При выявлении подделок информация моментально передаётся другим участникам системы для оперативного реагирования.

Важным аспектом стало ужесточение законодательства: в некоторых европейских странах ответственность за покупку контрафактных товаров несут не только продавцы, но и сами потребители. Комплексное применение правовых, административных и технических мер, а также усиление таможенного контроля способствовало снижению доли фальсификатов на рынке, особенно в продовольственном секторе.

Таким образом, анализ международной практики наглядно показывает, что в последние годы происходит постепенный, но устойчивый переход от модели «пассивного посредника», при которой маркетплейсы освобождались от прямой ответственности за действия продавцов, к модели активного участия и соразмерной ответственности онлайн-платформ. Такая трансформация продиктована объективной необходимостью: именно маркетплейсы обладают техническими ресурсами и инструментами для контроля за контентом, верификации продавцов и оперативного удаления поддельных товаров. Переложение этих функций исключительно на государственные органы оказалось неэффективным, поскольку масштабы электронной торговли растут экспоненциально, а ресурсы надзорных структур остаются ограниченными.

Практика Европейского союза, США и Китая показывает, что возложение активной роли на маркетплейсы позволяет существенно сократить объемы контрафактной продукции в цифровой торговле. Внедрение механизмов обязательной проверки поставщиков, алгоритмов автоматического выявления подозрительных товаров, цифровой маркировки и систем взаимодействия с правообладателями доказало свою эффективность. Для Республики Казахстан данные подходы могут стать важным ориентиром при совершенствовании национальной системы регулирования электронной коммерции. Их адаптация с учётом местных реалий позволит не только повысить уровень правовой защиты, но и сформировать устойчивую инфраструктуру доверия к онлайн-торговле, что является стратегически важным для дальнейшего развития цифровой экономики страны.

Обсуждение

Правовое регулирование борьбы с распространением контрафактной продукции в Республике Казахстан находится на стадии активного развития, однако по сравнению с международной практикой все еще остается фрагментарным и недостаточно эффективным. Национальное законодательство, включая Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей», Гражданский кодекс Республики Казахстан, а также Закон Республики Казахстан «Об авторском праве и смежных правах», формально охватывает основные аспекты защиты интеллектуальной собственности, однако слабо адаптировано к реалиям электронной коммерции и деятельности маркетплейсов. В частности, отсутствует четкое закрепление ответственности онлайн-платформ за распространение контрафактных товаров, что значительно осложняет правоприменение.

По данным Агентства по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан, в

2023 году только около 15% всех выявленных нарушений в сфере интеллектуальной собственности были связаны с интернет-торговлей, несмотря на то, что около 40% казахстанцев совершают покупки через маркетплейсы. Это свидетельствует о недостаточной эффективности системы мониторинга и контроля. Более того, большинство выявленных случаев контрафакта заканчиваются административными штрафами, тогда как в международной практике применяются строгие меры, включая уголовную ответственность.

На этом фоне опыт Европейского союза, США и Китая показывает более высокий уровень системности и технологической поддержки правоприменения. Так, в Германии действует централизованная система таможенного контроля, в рамках которой только в 2022 году было изъято более 12 млн единиц контрафактной продукции, из них значительная доля – из онлайн-каналов. В США в рамках программы интеллектуальной собственности и цифровой торговли только за один год было возбуждено более 400 уголовных дел по фактам распространения подделок через онлайн-платформы, с применением крупных штрафов и тюремных сроков до 10 лет. В Китае, несмотря на сохраняющийся масштаб проблемы, наблюдается значительное снижение оборота контрафактной продукции: по данным китайской таможенной службы, с 2020 по 2023 год объем изъятого контрафакта снизился на 22% благодаря автоматизированной системе идентификации подделок и блокировке продавцов на маркетплейсах.

Таким образом, перед Республикой Казахстан стоит задача не просто заимствования, но и полноценной интеграции международного опыта в борьбе с оборотом контрафактной продукции с учётом национальных особенностей. Международные практики демонстрируют, что эффективность противодействия обеспечивается лишь при условии системного и комплексного подхода, который сочетает в себе законодательные, институциональные и технологические меры. Для Казахстана это означает необходимость не только внесения изменений в нормативно-правовую базу, но и разработки новых механизмов регулирования, специально адаптированных к динамично развивающейся цифровой торговле.

Особое значение приобретает внедрение цифровых инструментов отслеживания происхождения товаров, включая системы маркировки, QR-коды, RFID-метки и базы данных легальных поставщиков. Такие технологии способны обеспечить прозрачность цепочек поставок и минимизировать возможность проникновения подделок на рынок. Наряду с этим требуется чёткое закрепление прямой ответственности маркетплейсов за размещаемую продукцию, что позволит устранить существующую правовую неопределённость и повысить уровень доверия к онлайн-платформам. Без реализации этих шагов борьба с контрафактной продукцией в Казахстане будет носить фрагментарный и точечный характер, не позволяя достичь устойчивого эффекта. В то же время международный опыт наглядно подтверждает: только многоуровневая система мер, сочетающая превентивный контроль, эффективное реагирование и тесное взаимодействие государства, бизнеса и потребителей, способна привести к ощутимым результатам в защите прав потребителей и правообладателей.

Таблица 5. Практические рекомендации по регулированию продажи контрафактной продукции через маркетплейсы

Проблема	Международный опыт	Рекомендация для Казахстана
Отсутствие прямой	В ЕС действует Акт о	Внести изменения в

ответственности за продажу подделок маркетплейсов	цифровых услугах (DSA), закрепляющий обязанности онлайн-платформ по проверке продавцов и удалению контрафактного контента. В Китае маркетплейсы несут солидарную ответственность за нарушения.	законодательство РК, закрепив ответственность маркетплейсов за размещение контрафакта, обязав их проводить проверку продавцов и оперативно блокировать подозрительные товары.
Ограниченное применение цифровой маркировки товаров	В ЕС и США маркировка применяется для широкого круга товаров (лекарства, табак, одежда, электроника). В Китае активно внедряется QR- и RFID-метки, отслеживающие движение продукции.	Расширить систему цифровой маркировки на основные категории товаров, наиболее подверженные подделкам: одежда, обувь, косметика, электроника.
Слабый контроль в сфере e-commerce и отсутствие межведомственного мониторинга	В США действует система Intellectual Property Rights e-Recordation и тесное сотрудничество между таможней, судами и платформами. В ЕС используются интегрированные базы данных для таможенного контроля.	Создать национальную межведомственную платформу для мониторинга онлайн-торговли с подключением маркетплейсов, таможенных и налоговых органов, правообладателей.
Недостаточно строгие меры наказания	В ЕС штрафы могут достигать 300 тыс. евро, в США — до 2 млн долларов, в Великобритании за нарушения в сфере дизайна предусмотрено лишение свободы до 10 лет.	Увеличить размеры штрафов в Казахстане, ввести отдельную ответственность для маркетплейсов, ужесточить уголовные санкции за промышленное производство и крупномасштабную продажу подделок.
Низкая информированность потребителей и слабая культура защиты прав ИС	В ЕС и США широко применяются образовательные кампании, информирование о рисках покупки подделок, открытые базы легальных производителей.	Проводить регулярные информационные кампании, создать единый открытый реестр легальных производителей и официальных дистрибьюторов, интегрировать его с маркетплейсами.

На основе проведенного анализа правового регулирования оборота контрафактной продукции в Республике Казахстан и изучения международного опыта можно предложить ряд практических рекомендаций, направленных на повышение эффективности борьбы с распространением подделок, особенно через маркетплейсы.

Во-первых, необходимо внести изменения в национальное законодательство, установив прямую ответственность маркетплейсов за продажу контрафактной продукции. Это может включать обязанность проверять продавцов, подтверждать подлинность представляемых товаров, оперативно блокировать нарушения и сотрудничать с правообладателями. В качестве ориентира можно использовать опыт ЕС, где такие обязанности закреплены в нормативных актах, регулирующих цифровые услуги.

Во-вторых, следует разработать национальную программу цифровой маркировки и прослеживаемости товаров, включая внедрение QR-кодов, RFID-меток и уникальных идентификаторов, что позволит отслеживать происхождение продукции с момента производства до конечного потребителя. Это особенно актуально для таких категорий, как косметика, одежда, обувь, электроника и лекарства.

В-третьих, одним из ключевых направлений совершенствования правоприменительной практики должно стать создание единой межведомственной платформы для мониторинга онлайн-торговли. Такая цифровая система позволила бы объединить усилия сразу нескольких государственных структур – Комитета по защите прав потребителей, таможенных органов, Министерства цифрового развития, а также вовлечь в процесс самих правообладателей. Основная цель платформы заключается в обеспечении постоянного и прозрачного обмена информацией о выявленных нарушениях, включая факты размещения контрафактной продукции на маркетплейсах, попытки незаконного использования товарных знаков или обхода системы цифровой маркировки. Функционирование подобной системы должно строиться на принципах оперативности и автоматизации. Это означает, что при поступлении жалобы или фиксации подозрительной активности информация сразу передается во все компетентные органы, которые могут синхронно реагировать, а также блокировать недобросовестных продавцов. Подобные механизмы уже доказали свою эффективность в международной практике. В частности, в США действует ряд цифровых платформ, которые позволяют в режиме реального времени выявлять подделки и незамедлительно удалять их из онлайн-торговли. Для Казахстана внедрение такой платформы стало бы шагом к созданию современной и технологически подкрепленной системы защиты интеллектуальной собственности, которая объединила бы государственный контроль, интересы бизнеса и потребителей в едином правовом и информационном поле.

Кроме того, важным направлением совершенствования системы противодействия обороту контрафактной продукции является активизация информационно-просветительской работы, адресованной как потребителям, так и предпринимателям. Для покупателей необходимо формировать устойчивую культуру ответственного потребления: граждане должны осознавать не только риск финансовых потерь при приобретении подделок, но и потенциальные угрозы для здоровья и безопасности, связанные, например, с использованием некачественных лекарств, косметики или автозапчастей. Осведомленность населения о способах проверки подлинности товаров, работе цифровой маркировки и возможностях подачи жалоб через онлайн-сервисы (например, eGov) позволит существенно снизить спрос на поддельную продукцию.

Не менее важной является работа с бизнес-сообществом. Предприниматели должны

ясно понимать правовые и экономические последствия нарушения прав интеллектуальной собственности, включая риск административной и уголовной ответственности, убытки от репутационных потерь и ограничение доступа к рынкам. Для стимулирования добровольного участия компаний в системах контроля подлинности целесообразно разработать меры поддержки: предоставление налоговых льгот, субсидий на внедрение технологий маркировки, упрощенный доступ к государственным программам развития. Такой подход создаст позитивную мотивацию для бизнеса и позволит совместить государственное регулирование с механизмами самоконтроля. В итоге просветительская работа и система стимулов будут дополнять друг друга, формируя условия для сокращения оборота подделок и укрепления доверия к электронной торговле.

Для повышения прозрачности важно внедрить открытые реестры легальных поставщиков и правообладателей, чтобы маркетплейсы и потребители могли быстро проверять легальность товара.

Наконец, на уровне регионального сотрудничества целесообразно инициировать создание общей платформы государств Центральной Азии по борьбе с трансграничным оборотом контрафактной продукции. Это позволит гармонизировать правила, наладить совместные проверки и обмен данными, особенно на фоне растущей цифровизации торговли.

Таким образом, последовательная реализация предложенных в исследовании рекомендаций способна значительно укрепить правоприменительную практику в Республике Казахстан и вывести систему противодействия обороту контрафактной продукции на качественно новый уровень. Введение более чётких норм об ответственности маркетплейсов, развитие цифровых технологий маркировки и прослеживаемости товаров, а также создание межведомственных механизмов координации обеспечат формирование прозрачной и устойчивой правовой среды. Это, в свою очередь, позволит существенно сократить долю поддельной продукции на рынке и создать условия для защиты интересов добросовестных производителей.

Кроме того, укрепление правовой базы и повышение эффективности контроля будет способствовать развитию честной конкуренции и формированию цивилизованной бизнес-среды, где приоритет получают компании, работающие в правовом поле. В долгосрочной перспективе это также положительно отразится на уровне доверия населения к цифровым каналам торговли: потребители будут увереннее совершать онлайн-покупки, осознавая, что риск приобретения подделок минимизирован. В совокупности данные меры могут стать важным шагом не только в борьбе с контрафактом, но и в стимулировании дальнейшего роста электронной коммерции в Казахстане, превращая её в один из драйверов цифровой экономики страны.

Заключение

В результате проведенного исследования было установлено, что маркетплейсы в Республике Казахстан в настоящее время превращаются в один из главных каналов реализации контрафактной продукции. Ключевым фактором, способствующим этой тенденции, остаётся отсутствие четко сформулированных законодательных норм, которые бы закрепляли прямую ответственность онлайн-платформ за размещение недобросовестного контента и продажу поддельных товаров. Национальные меры, предпринимаемые для борьбы с подделками, носят скорее точечный и фрагментарный характер, что не позволяет

сформировать по-настоящему эффективную систему контроля. Сравнительный анализ показал, что международный опыт, прежде всего правовые подходы Европейского союза, США и Китая, демонстрирует высокую результативность комплексных мер, подкреплённых современными технологическими инструментами. Эти страны используют многоуровневые модели регулирования, сочетающие цифровую маркировку, обязательную верификацию продавцов, автоматизированный мониторинг торговых площадок и тесное взаимодействие государства с правообладателями. На основе полученных результатов можно сделать вывод о необходимости углублённого реформирования национальной правовой системы в сфере электронной коммерции. Для Казахстана особенно актуально внедрение цифровых механизмов отслеживания происхождения продукции, создание эффективных межведомственных платформ обмена информацией и закрепление прямой юридической ответственности маркетплейсов. Адаптация лучших международных практик и их интеграция в национальное законодательство позволит значительно повысить уровень защиты прав потребителей и правообладателей, сократить оборот подделок и укрепить доверие к цифровым каналам торговли.

Список литературы

- Botareva, E. A. (2020). Проблемы борьбы с незаконным оборотом контрафактной продукции. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*, (2-2), 104–106. <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-10163>
- Clemens, E. (2025). *How Chinese online marketplaces fuel counterfeits*. Information Technology & Innovation Foundation. <https://itif.org/publications/2025/08/20/how-chinese-online-marketplaces-fuel-counterfeits/>? Дата последнего просмотра: 25.08.2025
- Dong, C. (2025). *The study on liability for intellectual property infringement in cross-border e-commerce platforms from the perspective of Chinese law*. Proceedings of the International Conference on Law, New Economy and Policy. <https://www.ewadirect.com/proceedings/Inep/article/view/25444> Дата последнего просмотра: 25.08.2025
- Ерова, N. R., & Balashova, M. L. (2022). Проблема контрафакта во внешней торговле и методы борьбы с ним. *Вестник киберленинка*. <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-kontrafakta-vo-vneshney-torgovle-i-metody-borby-s-nim> Дата последнего просмотра: 22.08.2025
- Eskarayev, A. (2024). XII Международный форум «Антиконтрафакт». Retrieved from <https://forum.anticounterfeight.org/12forum>
- Pokrovskaya, A. V. (2023). *Liability of marketplaces for intellectual property rights infringement: The experience of the US and China*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/384852056_Liability_of_marketplaces_for_intellectual_property_rights_infringement_the_experience_of_the_US_and_China Дата последнего просмотра: 12.09.2025
- Shi, I., & Ерова, N. R. (2021). Влияние внешнеторговой политики на экономическое развитие Китая. *Российско-китайские исследования*, 5(1), 25–35. [https://doi.org/10.17150/2587-7445.2021.5\(1\).25-35](https://doi.org/10.17150/2587-7445.2021.5(1).25-35)

- Shikhatov, N. V. (2020). Проблемы контрафактной и контрабандной продукции в Европе. *Молодой ученый*, 18(308), 190–193.
- Yelesizova, B. K., Kazbekova, S. Zh., & Zeynelgabdin, A. B. (2024). Cross-border retail e-commerce and *de minimis*: The case of Kazakhstan. *World Customs Journal*, 18(1), 50–67. <https://doi.org/10.55596/001c.117024>
- В Казахстане в 2024 году количество изъятых из оборота контрафактных товаров увеличилось в 10 раз. *Anticounterfeit.org*. <https://anticounterfeight.org/tpost/8bk51vjyk1-v-kazakhstane-v-2024-godu-kolichestvo-izy>
- Деятельность зарубежных маркетплейсов урегулируют в Казахстане. *Primeminister.kz*. (2024). <https://primeminister.kz/ru/news/deyatelnost-zarubezhnykh-marketpleysov-ureguliruyut-v-kazakhstane-29575> Дата последнего просмотра: 05.09.2025
- Контрафактную продукцию на 42 миллиона изъяли в Казахстане. *Zakon.kz* (2024) <https://www.zakon.kz/obshestvo/6439975-kontrafaktnuyu-produktsiyu-na-42-mln-izyali-v-kazakhstane.html> Дата последнего просмотра: 04.09.2025
- Кто зарабатывает на казахстанцах 400% маржи? *Inbusiness.kz*. (2024). <https://inbusiness.kz/ru/news/kto-zarabatyvaet-na-kazahstancax-400-marzhi> Дата последнего просмотра: 02.09.2025
- Министерство юстиции Республики Казахстан. (n.d.). Контрафактная продукция. <https://www.gov.kz/memleket/entities/adilet-shko/press/news/details/388150?lang=ru> Дата последнего просмотра: 02.09.2025
- Практически каждая пятая покупка сегодня совершается онлайн. *Kazpravda*. (2024). <https://kazpravda.kz/n/prakticheskii-kazhdaya-pyataya-pokupka-segodnya-sovershaetsya-onlayn/> Дата последнего просмотра: 02.09.2025

References

- Botareva, E. A. (2020). Problemy bor'by s nezakonnym оборотом контрафактной продукции. *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, (2-2), 104–106. <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-1016>
- Clemens, E. (2025). How Chinese online marketplaces fuel counterfeits. *Information Technology & Innovation Foundation*. Retrieved on August 25, 2025 from <https://itif.org/publications/2025/08/20/how-chinese-online-marketplaces-fuel-counterfeits/>
- Dong, C. (2025). The study on liability for intellectual property infringement in cross-border e-commerce platforms from the perspective of Chinese law. *Proceedings of the International Conference o Law, New Economy and Policy*. Retrieved on August 25, 2025 from <https://www.ewadirect.com/proceedings/lnep/article/view/25444>
- Ерова, N. R., & Balashova, M. L. (2022). Problema kontrafakta vo vneshnej torgovle i metody bor'by s nim. *Vestnik kiberleninka*. Retrieved on August 22, 2025 from <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-kontrafakta-vo-vneshney-torgovle-i-metody-borby-s-nim>
- Eskarayev, A. (2024). *XII Mezhdunarodnyj forum «Antikontrafakt»*. Retrieved on August 22, 2025 from <https://forum.anticounterfeight.org/12forum>

- Kazpravda. (2024). *Prakticheski kazhdaja pjataja pokupka segodnja sovershaetsja onlajn*. Retrieved on September 2, 2025 from <https://kazpravda.kz/n/prakticheski-kazhdaya-pyataya-pokupka-segodnya-sovershaetsya-onlajn/>
- Kontrafaktnuju produkciju na 42 miliona izjali v Kazahstane. *Zakon.kz*. (2024). Retrieved on September 4, 2025 from <https://www.zakon.kz/obshestvo/6439975-kontrafaktnuyu-produktsiyu-na-42-mln-izjali-v-kazahstane.html>
- Kto zarabatyvaet na kazahstancah 400% marzhi? *Inbusiness.kz*. (2024). Retrieved on September 2, 2025 from <https://inbusiness.kz/ru/news/kto-zarabatyvaet-na-kazahstancah-chetyresta-procentov-marzhi>
- Ministerstvo justicii Respubliki Kazahstan. (n.d.). *Kontrafaktnaja produkcija*. Retrieved on September 2, 2025 from <https://www.gov.kz/memleket/entities/adilet-shko/press/news/details/388150?lang=ru>
- Pokrovskaya, A. V. (2023). *Liability of marketplaces for intellectual property rights infringement: The experience of the US and China*. Retrieved on September 12, 2025 from https://www.researchgate.net/publication/384852056_Liability_of_marketplaces_for_intellectual_property_rights_infringement_the_experience_of_the_US_and_China
- Primeminister.kz. (2024). *Dejatel'nost' zarubezhnyh marketplejsov uregulirujut v Kazahstane*. Retrieved on September 5, 2025 from <https://primeminister.kz/ru/news/deyatelnost-zarubezhnykh-marketplejsov-ureguliruyut-v-kazahstane-29575>
- Shi, I., & Epova, N. R. (2021). Vlijanie vneshnetorgovoj politiki na jekonomicheskoe razvitie Kitaja. *Rossijsko-kitajskie issledovanija*, 5(1), 25–35. [https://doi.org/10.17150/2587-7445.2021.5\(1\).25-35](https://doi.org/10.17150/2587-7445.2021.5(1).25-35)
- Shikhatov, N. V. (2020). Problemy kontrafaktnoj i kontrabandnoj produkcii v Evrope. *Molodoj uchenyj*, 18(308), 190–193.
- V Kazahstane v 2024 godu kolichestvo izjatyh iz oborota kontrafaktnyh tovarov uvelichilos' v 10 raz. *Anticounterfeit.org*. Retrieved on August 25, 2025 from <https://anticounterfeit.org/tpost/8bk5lvjyk1-v-kazahstane-v-2024-godu-kolichestvo-izy>
- Yeleusizova, B. K., Kazbekova, S. Zh., & Zeynelgabdin, A. B. (2024). Cross-border retail e-commerce and de minimis: The case of Kazakhstan. *World Customs Journal*, 18(1), 50–67. <https://doi.org/10.55596/001c.117024>

FTAMP: 10.35.65

Маркетплейстер арқылы контрафактілік өнімдерді сату: Қазақстан Республикасындағы реттеу олқылықтары мен халықаралық тәжірибе

Ангелина Тарасова¹

¹Anticounterfeit non-profit organization React, Legal Counsel - Central Asia

Улан Шинкентаев²

²SDU University, Қаскелең, Қазақстан

e-mail: angelina.tarasova@sdu.edu.kz

Аңдатпа

Электрондық коммерцияның қарқынды дамуы жағдайында маркетплейстер тауарларды, оның ішінде контрафактілік өнімдерді өткізу үшін негізгі алаңдарға айналууда. Қазақстан Республикасында онлайн-платформалар арқылы жалған тауарларды сату мәселесі құқықтық тетіктердің жеткіліксіздігі мен маркетплейстердің жауапкершілігінің шектеулілігіне байланысты ушығып отыр. Мақалада Қазақстан Республикасындағы электрондық сауданы реттеудің қазіргі жағдайы контрафакцияға қарсы күреске баса назар аудара отырып талданады. Заңнамадағы негізгі олқылықтар анықталды, олардың ішінде маркетплейстердің орналастырылатын контент үшін жауапкершілігін нақты айқындайтын нормалардың болмауы және бақылаушы органдардың өкілеттіктерінің шектеулілігі атап өтілді. Тиімді қарсы шараларды әзірлеу үшін халықаралық тәжірибе зерделенді, атап айтқанда, Еуропалық Одақ, АҚШ және Қытайдың құқықтық тәсілдері қарастырылды. «Белсенді платформа қағидасы», контентті алдын ала модерациялау механизмдері, құқық иеленушілермен міндетті ынтымақтастық және тауарлардың шығу тегін бақылауға арналған цифрлық технологияларды қолдану сияқты құралдар талданды. Талдау нәтижелері бойынша ұлттық заңнаманы жетілдіру және цифрлық саудадағы контрафактілік өнімдерге қарсы күрестің кешенді тәсілін енгізу жөнінде ұсыныстар берілді.

Кілт сөздер: маркетплейс, контрафактілік өнімдер, жалған тауарлар, электрондық коммерция.

IRRSST: 10.35.65

Sale of Counterfeit Products through Marketplaces in the Republic of Kazakhstan: Regulatory Gaps and International Experience

Angelina Tarasova¹

¹Anticounterfeit non-profit organization React, Legal Counsel - Central Asia
Ulan Shinkentayev²

²SDU University, Kaskelen, Kazakhstan
e-mail: angelina.tarasova@sdu.edu.kz

Abstract

In the context of rapid growth in e-commerce, marketplaces are becoming key platforms for the sale of goods, including counterfeit products. In the Republic of Kazakhstan, the issue of selling counterfeit goods through online platforms is escalating due to insufficient legal mechanisms and the limited liability of the marketplaces themselves. This article analyzes the current state of e-commerce regulation in Republic of Kazakhstan, focusing on the fight against counterfeiting. The study identifies key legislative gaps, including the absence of a clear definition of marketplace liability for hosted content and the limited powers of regulatory authorities. To develop effective countermeasures, international experience is examined, particularly the legal approaches of the European Union, the United States, and China. The analysis covers instruments such as the "active platform principle," content pre-moderation mechanisms, mandatory cooperation with rights holders, and the use of digital technologies for tracking product origin. Based on the results of the study, recommendations are proposed for improving national legislation and implementing a comprehensive approach to combating counterfeit products in digital commerce.

Keywords: marketplace, counterfeit products, fake goods, e-commerce.