

Кичигина Ирина Михайловна,
к.э.н, доцент Читинский институт (филиал)
Байкальского государственного университета,
Гуддасаров Рафаил Рафаилович,
студент, Читинский институт (филиал)
Байкальского государственного университета
Мунгалова Дарья Владимировна,
студент, Читинский институт (филиал)
Байкальского государственного университета

СИСТЕМА ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТИ ТОВАРОВ В РФ

Kichigina I.M., Guddasarov R.R., Mungalova D.V.

TRACEABILITY SYSTEM OF GOODS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация: Развитие современного товарооборота внутри страны и за его пределами сопряжено с большим количеством рисков несанкционированного оборота контрафактной и опасной для потребителя продукции. Для защиты национального рынка создаются системы маркировки товаров для выпуска в оптовую и розничную торговлю, что дает возможность контроля за налогоплательщиками и участниками товарооборота. В современной России есть преемственность в маркировке продукции, основы которой были заложены еще во второй половине 19 в., и возрождены в 1990-х гг. Современные системы маркировки основаны на цифровых технологиях и их внедрение требует больших ресурсов, что дает развитие государственно-частному партнерству в системе прослеживаемости товаров.

Ключевые слова: прослеживаемость товаров, акциз, бандероль, маркировка, код маркировки, Data Matrix, ГИС, Честный знак.

Abstract: The development of modern trade within the country and abroad is associated with a large number of risks of unauthorized circulation of counterfeit and dangerous products for the consumer. To protect the national market, labeling systems are being created for goods to be released into wholesale and retail trade, which makes it possible to control taxpayers and trade participants. In modern Russia, there is continuity in product labeling, the foundations of which were laid in the second half of the 19th century and revived in the 1990s. Modern labeling systems are based on digital technologies and their implementation requires large resources, which gives rise to public-private partnerships in the traceability of goods.

Keywords: traceability of goods, excise tax, package, marking, marking code, Data Matrix, GIS, Chestny znak.

С 01.07.2021 г. в нашей стране начала работу Национальная система прослеживаемости товаров. По своей сути, это дополнительная мера контроля государства за товарооборотом внутри страны. Цель внедрения современной информационной системы – необходимость повышения прозрачности рынка за счет своевременного выявления фальсификатов и контрафактной продукции.

Указанная цель может быть достигнута за счет создания специального цифрового сервиса, который обеспечит полный контроль прохождения товаров различных групп по полной цепочке товародвижения – от производителя

(или импортера на территорию РФ) до конечного потребителя, включая всех посредников в системе торговой сети.

Маркировка товаров в текущем понимании не является изобретением современности. Изучая историю развития цивилизаций, в этом вопросе мы сможем выделить массу параллелей. По большому счету, под маркировкой понимается нанесение условных знаков, букв, цифр, графических знаков или надписей на объект с целью его дальнейшего узнавания, указания его свойств и характеристик. История этого процесса более древняя, чем кажется на первый взгляд.

Как известно, первые государства возникли на территории Западной Азии и северо-востоке Африки. Там возникли такие цивилизации как: Месопотамия, Древний Египет и Древняя Индия и т.д. При археологических раскопках на этих территориях и были найдены первые специальные знаки, выполняющие функцию «маркировки» (например, надписи на винных кувшинах, содержащие информацию о сорте винограда, месте производства и дате изготовления).

На Руси, и позже в царской России, упоминания о маркировке специальных товаров относились по большей части к подакцизной продукции, сборы от продажи которой стабильно пополняли бюджет государства. Маркированные товары оклеивались специальной лентой – бандеролью, которая была частной (именно в этом значении она и сохранилась в почтовом деле, характеризуя доставленный товар) и государственной (казенной, правительственной), целью которой было слежение за уплатой специальных сборов в казну.

В Российской империи «бандерольная система применялась:

- к крепким напиткам, приготовленным внутри страны из оплаченного уже акцизом вина, а также к привозимым из-за границы в разлитом виде;
- к табачным изделиям;
- спичкам.» [1]

В середине 19 века казенная бандероль четко упоминается как «акцизная», что подтверждает факт специальной маркировки акцизных товаров. Это был опыт привнесённый, так как в Великобритании акцизное налогообложение и маркировка были предложены почти на два века раньше, о чем есть упоминания в работах У.Петти. Он утверждал, что это справедливая форма налогообложения, не навязываемая насильно и способствующая бережливости и разумному потреблению, поскольку такой товар будет приобретать тот, кто действительно в нем нуждается.

В отличие от современных систем акцизного обложения до 1917 г. в России акцизами облагались импортируемые товары – они подлежали обложению таможенными пошлинами (табл.1).

Таблица 1

Признаки обложения акцизами и маркировки подакцизных товаров
в Российской империи до революции 1917 г.

Товар (товарная группа)	Дата введения	Условия обложения	Облагаемый товар	Маркировка
Свеклосахарное производство	1848 г.	С одной головы по процентному содержанию сахара в свекловице	Пуд пробеленного песка	Акцизные бандероли
Крепкие алкогольные напитки	Устав от 04.07.1861 г.	Фабрики и торговые помещения от градусности продукта	По группам напитков (спирт, вино, пиво, брага)	Акцизные марки (бандероли), выкуп разрешен в кредит
Табак и табачные изделия	Устав от 1871 г.	Фабрики от вида продукции	Курительный табак по сорту, папиросы	Бандероли, выкупленные на конкретную сумму
Осветительные нефтяные масла	1872 г.	Фотогенное производство	Масла, спички	Без маркировки

Также в царской России бандеролью оклеивались товары, значение которых было велико среди простого народа – игральные карты (для сохранения монополии), чай, другие товары.

В период советского производства, импорта и реализации товаров широкого потребления, от акцизов, как и специальной маркировки товара, отказались. Причина довольно проста – в государстве была установлена после периода НЭП монополия на производство и реализацию товаров, традиционно облагавшихся акцизами. Торговые сети тоже были государственными, что исключало махинации с ценой товаров. В таких условиях акциз – всего лишь форма межгосударственных расчетов, в чем совершенно нет экономического смысла.

Национальная система маркировки возродилась в 1990-х гг. с применения на товарах защитных отличительных марок: голографических и акцизных наклеек. Цифровые технологии тогда не использовались. Например, на лицевой части обложки лицензионные видеокассеты, и диски отмечались наклейками Российского авторского общества.

Первый выпуск акцизных марок был осуществлен в 1994 г. Общие правила маркировки стали действовать с 1996 г. на основании письма ГТК РФ (предшественник ФТС РФ).

произведенный в любой стране-участнице СНГ

- ввезенный из страны-участницы СНГ

произведенный в странах, не входивших в СНГ,

- ввезенный с территории стран-участниц СНГ;

произведенный в странах, не входивших в СНГ,

- ввезенный с территории государств-членов Таможенного союза;

произведенный на Украине

Рисунок 1 – Условия маркировки акцизной маркой в РФ (1996 г.)

Марки печатались способом офсетной печати на бумаге с наиболее часто встречающимся водяным знаком – «переплетённые волнистые линии». Марки имели микротекст («Акцизная марка» или «Специальная марка») и снабжались девятизначным номером. Эти марки снабжали алкогольную и табачную продукцию путем проклейки упаковки. Для внутреннего рынка эта практика была отменена только в 2021 г.

Учитывая растущие объемы производства и потребления продукции различного назначения, а также формируя доктрины национальной безопасности, государство на протяжении почти двадцати лет, до 2010-х гг., выстраивало защиту отечественного потребителя от контрафактов в различных сферах. И одной из первых в этом вопросе была фармацевтика и продажа лекарств.

Обязательная маркировка как системный метод защиты от контрафакта началась с лекарств. В 2015 по поручению президента Росздравнадзор создал концепцию автоматизированной системы отслеживания оборота лекарств — ФГИС МДЛП. В 2016 предполагалось разработать функционал системы и поэтапно начать запуск проклейки лекарственных препаратов специальными метками. ФГИС МДЛП заработала в 2017 году, оператором стала ФНС [2].

После анонсирования создания Национальной системы прослеживаемости товаров, что произошло в Астане в 2017 г., была проделана большая работа. И год назад Премьер-министр РФ Михаил Мишустин подписал постановления Правительства Российской Федерации от 01.07.2021 № 1108, от 01.07.2021 № 1109, а также от 01.07.2021 № 1110 [3,4,5], в которых и была определена основная канва работы национальной системы маркировки товаров.

Основным инструментом, используемым для цифровой маркировки товаров, является код Data Matrix – изначально, в 1970-е гг. имевший вид штрих-кода, в современной цифровой системе преобразован в QR-код с цифровым наполнением. Это достаточно удобный инструмент, который дает возможность

идентифицировать товар и производителя, даже если повреждено более 40% поверхности кода. Как заявляют разработчики, Data Matrix код делится на две части: код идентификации, который определяет позицию товара в системе и едином каталоге товаров, и код проверки или крипто-хвост, который генерирует оператор с помощью отечественных технологий криптографии.

В Data Matrix можно зашифровать больше информации, чем в RFID-метке, QR Code или линейных кодировках. Можно создать большое число уникальных этикеток без повторов. Data Matrix хорошо защищен от подделок. Эмиссию Data Matrix выполняет ГИС МТ. Стоимость этикетки составляет 50 копеек, цена выпуска заморожена на 15 лет. [6]

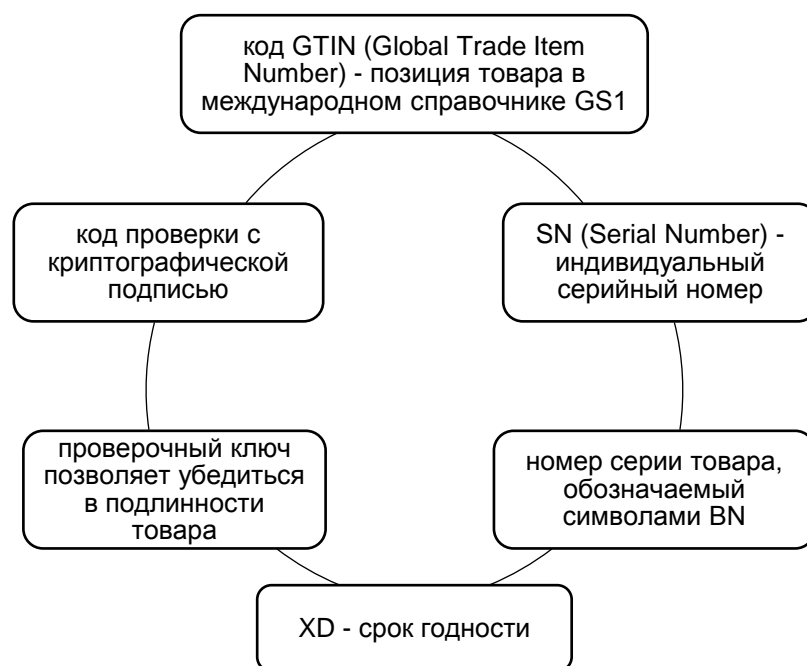


Рисунок 2 – Базовая структура Data Matrix

При этом, пользователю товара нужно уметь читать код. Так, если строка кода GTIN отсутствует в маркировке, то это значит, что изготовитель такого товара не является членом национального подразделения ассоциации GS1. А это уже может быть основой для подозрений о нелегальности данной продукции. Или, например, генерируется оператором системы маркировки и является уникальным. Повторение его – также признак фальсификата.

Все коды товаров загружаются в единую базу данных, где можно отследить несколько параметров: качество товара, его соответствие требованиям реализации на территории РФ; номер партии товара; количество единиц партии; точки выхода товара из оборота (конечная продажа); перемаркировка и перепакровка; объединение и разъединение упаковок для формирования нового варианта комплектации; остатки партии на территории РФ.

Таблица 2

Условия маркировки товаров в РФ

Товар (товарная группа)	Дата введения	Дата обязательного использования	Маркировка
1	2	3	4
Лекарства	С 1 февраля 2017 года	С 1 июля 2020 года	Нанесение двумерного уникального кода Data Matrix на каждую упаковку
Меха и изделия из них	2016 г.	Нет официальной информации	Гознак изготавливает контрольные идентификационные знаки (КиЗ): вшивные, навесные или клеевые
Алкоголь	Август 1996 г.	Нет официальной информации	ФСМ, содержит код Data Matrix с зашифрованным в нем же идентификатором ЕГАИС
Табак	С января 2018 года	С 1 июля 2020 года	Нанесение двумерного уникального кода Data Matrix на каждую упаковку
Ювелирные изделия	Нет официальной информации	Март 2021 г.	Data Matrix обязателен, если проба: 585 для платины; 333 для золота; 500 для палладия. Если проба меньше, изделие можно не маркировать. Серебряные изделия не маркируются, как и монеты, награды, экспонаты музеев.
Духи	С 1 марта по 30 ноября 2019 года	С 1 декабря 2019 года	Нанесение двумерного уникального кода Data Matrix на каждую упаковку, коробку, кроме тестеров и пробников
Шины и покрышки	Нет официальной информации	С 1 декабря 2019 года	– Data Matrix; – RFID (может использоваться дополнительно)
Одежда Текстиль	Нет официальной информации	С 1 декабря 2019 года	Нанесение двумерного уникального кода Data Matrix на каждое изделие или комплект. Не маркируются: носочно-чулочные изделия, нижнее бельё, вещи секонд-хенд, одеяла и подушки
Обувь	С 1 июня 2018 года	С 1 июля 2020 года	Нанесение двумерного уникального кода Data Matrix на каждую упаковку, коробку, включая остатки партий обуви на складах производителем или импортером

Окончание таблицы 2

1	2	3	4
Фотоаппараты и лампы-вспышки	С 1 марта по 30 ноября 2019 года	С 1 декабря 2019 года	На упаковку или этикетку фототехники наносят знаки с цифровым криптокодом в формате Data Matrix
Молочная продукция	Нет официальной информации	Декабрь 2021 г.	Производители обязаны маркировать молочную продукцию со сроком хранения от и до 40 дней, по 16 позициям
Вода, разлитая в емкости	Нет официальной информации	Декабрь 2021 г.	Нанесение двумерного уникального кода Data Matrix на каждую емкость (бутыль, канистру)

Оператором системы прослеживаемости товаров с 2017 г. назначен специально созданный для этого ЦРПТ – Центр развития перспективных технологий. Создание этой структуры опирается на принципы государственно-частного партнерства, и «50% центра принадлежит USM Holdings Алишера Усманова и его партнёров, ещё по 25% — госкорпорации «Ростех» и управляющему партнёру Almaz Capital Александру Галицкому [7]. Сегодня в системе «Честный знак» зарегистрировано около 466 тыс. участников.

В рамках эксперимента к этим товарам добавили пиво и пивные напитки – с февраля 2021 г.; биологически активные добавки к пище (БАД) – с апреля 2021 г.; антисептики, музыкальные инструменты с августа 2021 г.; велосипеды и кресла-коляски – с февраля 2022 г., но по ним даты введения обязательной маркировки перенесены на март 2023 г.; игрушки и товары для творчества – с июня 2022 г.

При этом, маркировка в рамках эксперимента и акцизное налогообложение связаны, хотя и не исключают друг друга. Например, сейчас продавцы пива создают отчет в ЕГАИС о факте закупки продукции и ведут журнал учета розничных продаж по форме ФСРАР. Путь каждой отдельной бутылки не прослеживается, и если сейчас добавить оборудование для нанесения акцизных маркировочных знаков, то это будет нерентабельно. Поэтому было предложено в порядке эксперимента использовать маркировку Data Matrix. С его помощью государство отследит перемещения каждой бутылки пива, а также канистр и кег. Эту идею поддержал и Минпромторг РФ. Поэтому в период до марта 2023 г. будет проходить тестирование способов нанесения кодов Data Matrix на все виды тары – бутылки, банки, кеги. Отдельно необходимо выделить операторов маркировки и органы управления, ответственные за проведение как экспериментальной, так и основной части процесса.

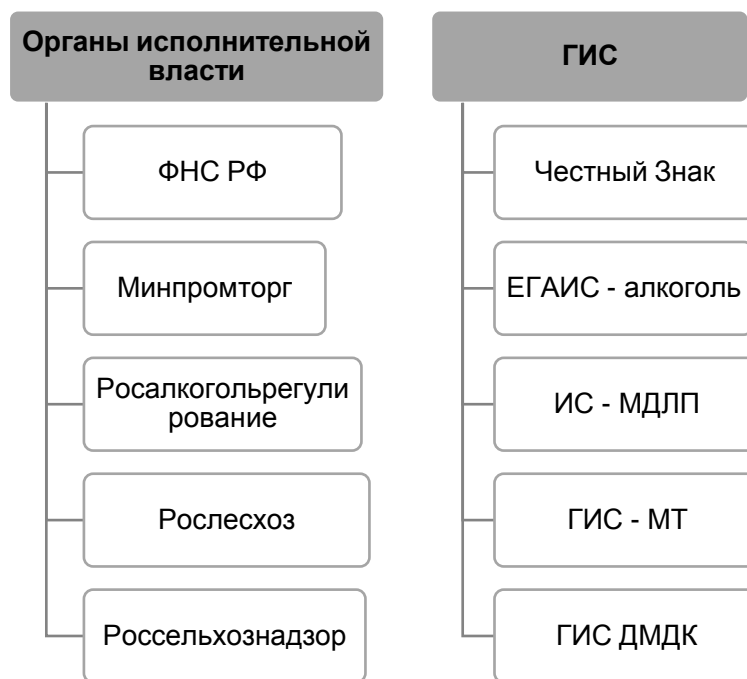


Рисунок 3 – Инфраструктура системы прослеживаемости товаров

В инфраструктуре системы прослеживаемости можно четко увидеть взаимодействие участников. Так, если отследим участников системы прослеживаемости алкоголя, то в ней есть и органы государственного управления – Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка, созданная в 2008 г, а также Система ЕГАИС, которая разработана для контроля над объемами оборота алкоголя, этилового спирта и спиртосодержащей продукции.

Первая попытка организации системы контроля за алкогольной продукцией была предпринята еще в 2005 г., но технически она не была проработана на должном уровне. С 2009 г. ЕГАИС внедрили для всех производителей и импортеров, а контроль над ЕГАИС установила ФСРАР (Росалкогольрегулирование). Лишь к 2016 г. к системе подключились остальные участники оборота алкогольной продукции — представители оптовой и розничной торговли.

Основное назначение систем маркировки и прослеживаемости — борьба с подделкой продукции и серым сегментом рынка. Поддельные продукты массового потребления могут попасть на розничный рынок через любую ступень цепочки «производитель – оптовик – розничный магазин». В рамках реализации этих систем подготовлена нормативная база, разработаны технические методики, решаются организационные вопросы. От запуска цифровой маркировки выигрывают все: государство, покупатели и бизнес.

Товары, которые выходят в оборот в обход мониторинга и учета, могут представлять опасность для покупателя и угрозу его здоровью. Такая продукция не проходит соответствующих проверок и не получает разрешения. В противовес этому, маркированные продукты гарантированно будут оригинальными и безопасными. Вся цепочка от производства до прилавка прозрачна, инфор-

мация о проведенных проверках и нормативных документах доступна в Национальном каталоге. Так покупатель может быть уверен в подлинности и безопасности.

Введение маркировки расширяет клиентскую базу розничного бизнеса и увеличивает их долю потребителей. Стимулирование конкуренции также приносит пользу. Компании, использующие серые схемы, не могут работать в меняющихся условиях, как следствие этого на товарном рынке остаются компании, ведущие свой бизнес «прозрачно». Компания может использовать накопленные цифровые данные для оптимизации логистики и торговли.

При этом, следует помнить, что большое количество контролирующих органов, которые требуют не только отчетности, но и движения маркировки в системе товародвижения, создают большое количество точек контроля и формализации деятельности. И в большей степени от этого страдают розничные предприятия, которым необходимо закупить достаточное количество кассовой техники, ридеров для считывания кодов. Что, в свою очередь, приводит к увеличению трудозатрат на этапах производства, транспортировки и реализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бандероль. – Текст: непосредственный // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). – СПб., 1890-1907.

2. GET Mark: база знаний. – URL: com/p/channel/VfZhXabiLz6kA2VZmzLzR6 (дата обращения 01.05.2022).

3. Постановление Правительства РФ от 1 июля 2021 г. N 1108 "Об утверждении Положения о национальной системе прослеживаемости товаров" – Текст: электронный – URL: <https://base.garant.ru/>(дата обращения 04.05.2022).

4. Постановление Правительства РФ от 01.07.2021 № 1109 "Об утверждении критериев, применяемых при отборе отдельных видов товаров для включения в перечень товаров, подлежащих прослеживаемости" – Текст: электронный – URL: <https://base.garant.ru/>(дата обращения 04.05.2022).

5. Постановление Правительства РФ от 1 июля 2021 г. N 1110 "Об утверждении перечня товаров, подлежащих прослеживаемости" – Текст: электронный – URL: <https://base.garant.ru/>(дата обращения 04.05.2022)

6. Мертех: все о маркировке. – Текст: электронный – URL: <https://mertech.ru/blog/vse-o-markirovke/>(дата обращения 08.05.2022).

7. Хабибрахимов А. ЦРПТ Алишера Усманова и «Ростеха» стал единым оператором системы маркировки товаров. – Текст: электронный – URL: <https://vc.ru/trade/63979-crpt-alishera-usmanova-i-rosteha-stal-edinyim-operatorom-sistemy-markirovki-tovarov>(дата обращения 08.05.2022).