

Дело — табак

К маркировке у нас начали привыкать: такого шума, какой вызвала первая волна нововведений, уже нет. Помогает и ощущение неотвратимости этого события, и тот факт, что похожие вещи вводятся не только у нас. Системы прослеживания некоторых групп товаров есть в США, Италии, Китае, Турции, Индии, Бразилии и других странах. И если в конце 2017 года единая система была только в планах, то теперь, когда маркируют все новые и новые группы товаров, становится ясно: проекту быть. Ближайшее внедрение, касающееся большинства ритейлеров, – маркировка табака.

АВТОР: Наталья Николаева



Теперь не спрашивают, будут ли промаркированы все товары. Спрашивают: когда? «Знаковым должен стать 2024 год, когда запланировано введение

маркировки всех социально значимых товаров, – рассказывает Юлия Русинова, директор по развитию бизнеса фискальных решений компании «АТОЛ». – Уже сейчас тестируется большое количество товарных групп: шины, парфюмерия, обувь, одежда, лекарства, табак, далее в планах минеральная вода, велосипеды, детское питание, кресла-коляски медицинского применения и многое другое». При этом Европу мы догнали и перегнали, во всяком случае по темпам: если маркировкой лекарств – всего одной товарной группой – во Франции пытаются заняться с 2011 года, при этом обязательное введение отложили на восемь лет, то у нас на пилот отводится около года, после чего следует приступить к маркировке в обязательном порядке.

В плюсах постоянно фигурирует борьба с контрафактом, при этом доля табака в незаконном обороте не кажется такой уж значительной: она составляет всего 8% (в третьем квартале 2018 года, по данным компании Nielsen), молочную продукцию и минеральную воду подделывают намного активнее. «Но давайте разделим: есть акцизные и есть обычные товары, – предлагает Алексей Шабанов, ведущий менеджер по продукции группы компаний «Пилот». – В случае первых контрафакт может привести к нежелательным проблемам, например, со здоровьем. И внедрение ЕГАИС в продуктовой рознице свело к нулю возможности покупки контрафакта через розничную сеть. А вот внедрение маркировки обуви, одежды несут неочевидные выгоды для бизнеса. Зато заметны сложности в плане увеличения расходов на производство, логистику и по-

следующую реализацию. Например, многим ритейлерам может понадобиться создать новые или модернизировать существующие системы для работы с маркируемой продукцией».

В минусах именно это – расходы. Бизнес боится новых затрат, покупателей пугают ростом цен на маркированные группы товаров. Этот рост связывают с логичным желанием бизнесменов покрыть свои расходы за счет потребителей. При этом оператор национальной системы маркировки и прослеживания – компания ЦРПТ – заявляет, что розница не несет расходов, они ложатся только на производителя, который устанавливает оборудование для маркировки. При этом они ссылаются на данные партнеров. Так, по оценке компании «АТОЛ», суммарные расходы 95% ритейлеров не будут больше 5–7 тыс. руб., которые пойдут на приобретение 2D-сканера, если ранее он не использовался, и обновление программного обеспечения. По данным опроса «Левада-Центра», среди представителей торговли доля тех, кто уже сейчас использует 2D-сканеры, превышает 70%. В дальнейшем, как отмечают в ЦРПТ, технологии, разработанные сейчас для маркировки табака и обуви, можно будет применить ко всем товарным категориям. «Обновления могут потребовать только три компонента: касса, программное обеспечение и сканер. А в ряде случаев не возникнет необходимости даже в таких незначительных изменениях. Так, организации и предприниматели – пользователи фискальных регистраторов «АТОЛ», которые обновляли свои кассы в соответствии с повышением НДС до 20%, могут уже сейчас реализовывать маркированную продукцию без обновления ПО кассы», – поясняет Юлия Русинова.

«Глобальные проблемы, которые могли бы остановить работу тор-

гового предприятия, нами не были зафиксированы, – подтверждает Дмитрий Болтунов, руководитель отдела сопровождения автоматизации розничной торговли компании «Первый Бит». – В основном это были локальные проблемы, связанные с обновлением ПО или онлайн-касс, которые решались оперативно и не имели существенного влияния на работоспособность розничной точки. Более того, в большинстве случаев онлайн-кассы уже были готовы к работе с маркировкой, поскольку при переходе 1 января 2019 года на НДС 20% получили все необходимые изменения для фиксации выбытия из оборота табачной продукции. Товароучетное ПО тоже уже готово для работы с маркируемым табаком. К примеру, с помощью системы «1С:Розница» это можно было делать с ноября 2018 года».

Обновить программное обеспечение касс должны будут юридические лица и индивидуальные предприниматели, не являющиеся плательщиками НДС. Однако к этому их обязывают изменения в ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в РФ», связанные с переходом с 1 июля этого года с электронного способа расчета на безналичный, а не введение маркировки. «Стоимость апгрейда программного обеспечения, с которым работает кассир, зависит от ценовой политики производителя ПО, углубляется в детали Юлия Русинова. – Владельцам некоторых касс, например, «АТОЛ SIGMA», за обновление программного обеспечения (даже при его необходимости) платить не придется, так как стоимость данной услуги включена в годовой тариф пользования продуктом».

«В целом розница на 90% готова к продаже маркируемого табака. О чем нужно точно побеспокоиться – это о том, чтобы заменить старый лазерный или светодиодный

сканер на новый фотосканер, который способен считывать код Data Matrix», – замечает Дмитрий Болтунов. Как сообщила Юлия Русина, изменения в работе со сканерами после введения обязательной маркировки табака также коснутся не всех. Согласно опросу «Левада-Центра», проведенному при поддержке «АТОЛ», 38% респондентов-представителей розницы уже используют 2D-сканеры. Например, бизнес, продающий алкоголь, как правило, продает и табачные изделия, следовательно, уже имеет 2D-сканер. В таком случае его необходимо только проверить и при необходимости настроить.

«Если говорить про расходы розницы, то они вырастут у неавтоматизированного бизнеса – у тех, кто работает без кассы и ведет учет в тетради, – заявляет Игорь Визгин, операционный директор компании «Дримкас». – У других представителей розничной торговли есть почти все необходимое. По закону с 2019 года практически у всех должна быть онлайн-касса. Если есть касса, то с большой вероятностью есть и УКЭП: электронная подпись нужна для постановки кассы на учет в налоговой и сдачи отчетности. Если есть касса, то, скорее всего, есть и договор с ОФД. Много вопросов приходит нам от предпринимателей, которые по закону не обязаны передавать данные о продажах в ОФД. В основном они работают в труднодоступной местности, без Интернета. Для них есть решение: они выгружают данные о продажах маркированных товаров на флешку и потом подают в систему маркировки. Мы участвовали в тестировании этого решения, для его работы остается только определить детали, например, как часто эта часть рынка должна передавать данные в систему».

Из сказанного можно сделать вывод, что основные траты по маркировке несут производители продук-

ции, а не ритейл. Однако и тут есть нюансы. «Розница действительно не платит, например, за выпуск кодов маркировки, если продукция куплена у российских поставщиков и производителей. В случае с табаком это 100% ассортимента, – комментирует Илья Чертков, руководитель отдела сопровождения оборота алкоголя и маркированных товаров компании «Ашан Ритейл Россия». – Если же говорить о прочих группах товаров, то за коды маркировки платят также импортеры, и, если розничная сеть сама импортирует продукцию, то расходы по кодам маркировки несет уже именно она».

ПОЛЕТ НОРМАЛЬНЫЙ

С 1 марта тесты закончены – началась работа. Подключение к системе маркировки табака стало обязательным независимо от раз-

мера ритейлера. Штрафов пока нет, можно осваиваться, но с 1 июля законодательно будет запрещено выпускать табачную продукцию без маркировки, а розничные точки будут обязаны передавать данные о продажах маркированного табака в ОФД. Распродавать остатки закон не запрещает, однако планируется сделать это до 1 июля 2020 года: регуляторы рынка ожидают, что к данному сроку все остатки будут распроданы, а если они все еще у вас – пеняйте на себя.

Время на пилотирование было, но и после введения обязательной маркировки бизнесу дают возможность освоиться: подход не пытаются изменить в одночасье. Возникли ли какие-то проблемы у розничных точек в ходе эксплуатации системы маркировки табака за время пилота и за тот месяц, когда система начала работать в обязательном порядке? Конечно же, сложнее всего



» Как соответствовать требованиям по обязательной маркировке

- **Приобрести усиленную квалифицированную электронную подпись (УКЭП).** Стоимость подписи начинается от 3000 руб. и действительна она в течение года. Новую подпись отдельно для маркировки делать не нужно, можно использовать ту, которая оформлялась ранее для регистрации онлайн-касс, сдачи отчетности или работе с ЕГАИС. В личном кабинете достаточно выбрать электронную подпись, нажать «Вход» и заполнить контактные данные.
- **Зарегистрироваться в системе «Честный знак» с помощью УКЭП.** Это бесплатно.
- **Обновить кассовую программу.** У некоторых производителей эта услуга платная. Есть производители, в рамках договора обслуживания обновляют кассовую программу бесплатно. Независимо от того, внедряется ли система маркировки или нет, необходимо обновлять каждую программу, ведь любой программный продукт всегда совершенствуется.

- **Обновить прошивку онлайн-кассы.** Эта услуга может быть платной или бесплатной. Все зависит от производителя. Ее стоимость начинается от 900 рублей. В целом обновлять прошивку необходимо для того, чтобы онлайн-касса всегда соответствовала закону.
- **Подключиться к системе электронного документооборота с помощью УКЭП.** Для розницы, которая будет в 99% случаев принимать универсальные передаточные документы, все входящие будут бесплатными. Если понадобится отправить какой-то документ, то нужно будет заплатить. В среднем такие тарифы стоят от 600 руб. в год.
- **Поменять старый сканер на новый фотосканер.** Код маркировки может считывать только двумерный сканер. Стоимость сканеров начинается от 2990 руб. Чтобы его правильно подобрать, необходимо посоветоваться со специалистами. Дело в том, что не все сканеры могут быстро и корректно считывать маленький по размерам код маркировки на пачке с табаком.

первопроходцам пилотного этапа. «Участники пилота собирают все шишки, но также получают бонусы от технологических партнеров. Для «Дримкас» как производителя касс, ОФД и разработчика ПО такие клиенты особенно ценны: они позволяют улучшить пользовательский опыт для сотен тысяч других клиентов», – говорит Игорь Визгин.

Для всех остальных, по его словам, в конце пилотного этапа появляется готовая схема работы. Во время пилота сначала добавляют возможности, которые отвечают требованиям восьмидесяти процентов участников системы. Потом переходят к детальному рассмотрению исключительных ситуаций, чтобы закрыть требования оставшихся двадцати процентов. После этого система запускается на рынок, и только тогда стартует обязательный этап.

«С 1 марта 2019 года началась обязательная регистрация производителей и торговых точек в Национальной системе цифровой маркировки «Честный знак». За прошедший месяц у розничных точек возникла проблема: они не понимают, как это сделать, – замечает Игорь Визгин. – По закону нужно зарегистрироваться на сайте «Честного знака» с использованием усовершенствованной квалифицированной электронной подписи (УКЭП). Нас часто спрашивают, что такое «Честный знак» и УКЭП, как и где получить электронную подпись и как пройти регистрацию».

Честно говоря, звучит это немного странно: все это время компании-производители кассового оборудования, бизнес-сервисы, операторы фискальных данных и сам оператор маркировки в лице компании ЦРПТ постоянно занимались просвещени-

ем населения: проводили вебинары, устраивали бесплатные очные конференции с вопросами и ответами, причем не только в Москве.

НО ЕСТЬ НЮАНС

Но даже если ритейлер подкован теоретически, это не избавляет его от сложностей, возникающих на практике. «На начальном этапе эксперимента были проблемы со скоростью считывания кодов маркировки на определенных моделях сканеров на кассах и на определенных видах продукции, – рассказывает Илья Чертков. – Качество печати кодов маркировки на продукции на данный момент улучшилось, но, к сожалению, с некоторыми моделями сканеров ничего уже сделать нельзя, их необходимо менять». Такую ситуацию отметили и в «АТОЛ». По данным компании, по результатам пилотного этапа маркировки табачных изделий серьезных неустраняемых недостатков системы выявлено не было. Но в начале пилота в точках розничной торговли возникали сложности с низкой скоростью или считыванием кода, потому что на пачках сигарет он изображен очень мелко. Чтобы решить эту проблему, производители сканирующего оборудования выпустили необходимые прошивки и дали рекомендации по настройке сканеров. «Еще одной проблемой стала прозрачная упаковка пачек сигарет: из-за нее коды не всегда хорошо читались, особенно когда они размещались на сгибах этой упаковки», – добавляет Алексей Шабанов. Для того чтобы избежать подобных сложностей, необходимо тщательно подойти к выбору сканера штрихкода. «Мы рекомендуем выбирать оборудование только проверенных производителей – это значительно уменьшит количество отказов при сканировании. Экономия в пару тысяч рублей при покупке дешевого китайского сканера

может обернуться большим количеством ошибок в процессе реализации табачных изделий. Следует также помнить, что проект по маркировке глобальный и в будущем будет масштабирован на другие группы товаров, поэтому лучше потратиться на сканер уже сейчас», – говорит Анатолий Каменский, генеральный директор компании «Баркод Маркет».

На пилотном этапе могла быть обнаружена и недостаточность функционала внутри системы. В свое время при внедрении ЕГАИС у предпринимателей возникало множество вопросов по поводу действий в конкретных ситуациях. А как обстоит дело с маркировкой табака? «ГИС «Маркировка» не работает со всеми возможными ситуациями, происходящими в торговой точке. Система отслеживает прием товара, продажу и отдельные складские и розничные процедуры, которых достаточно для работы огромной сети и небольшого магазина, – объясняет Игорь Визгин. – В отличие от ЕГАИС в системе маркировки табака после приема товара его можно свободно перемещать между магазинами. Система не требует регистров и отчетов о перемещении остатков. Если товар на складе оказывается с браком или теряется, магазин сообщает в систему маркировки о списании. Для списания могут быть разные причины: истечение срока годности, порча товара, хищение, брак. Их достаточно для разных ситуаций. Если товар вдруг съели крысы, это не требует новой причины выбытия из оборота «съедено крысами», это просто порча товара».

Мы спросили у ритейлера в лице «Ашана», реализован ли в информационной системе маркировки до конца функционал взаимодействия с ситуациями, происходящими в торговой точке. «Все возможные ситуации по работе функционала, которые возникают при обороте табачной продукции, описаны и ре-

ализованы в Информационной системе маркировки и оборота табачной продукции (ИС МОТП). Остается вопрос тестирования взаимодействия с данной системой по разным каналам (через веб-интерфейс, с помощью API-запросов и так далее)», – прокомментировал Илья Чертков.

НЕМНОГО ОПТИМИЗМА

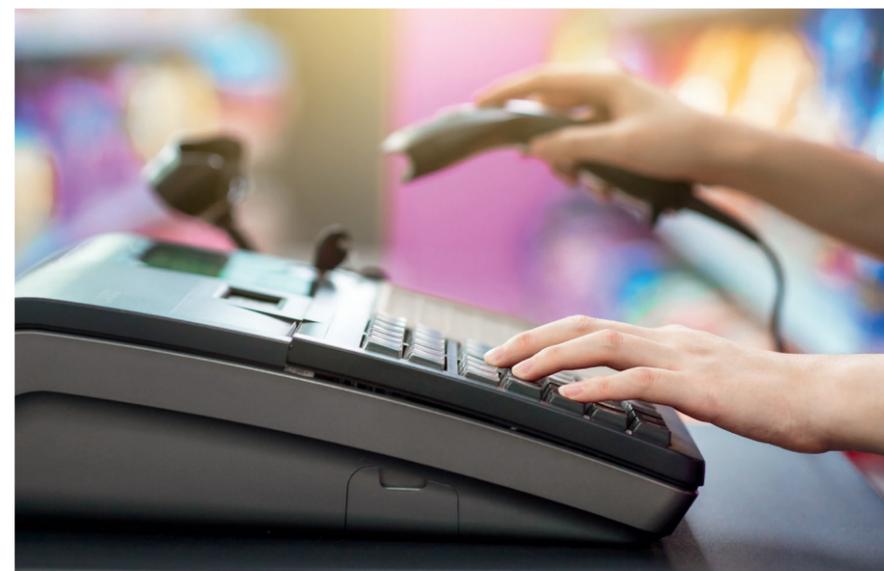
Можно переживать о минусах, а можно сфокусироваться на плюсах, которые дает маркировка. Конечно, наиболее оптимистично на систему смотрят разработчики. «Цифровая платформа ЦРПТ позволит государству как собирать информацию по всем игрокам рынка, так и предлагать технологичные системы, открывающие дополнительные возможности для развития бизнеса. Разработчики платформы говорят, что российский track & trace благодаря синергии с онлайн-кассами, базами ФНС и ФТС не будет иметь аналогов. Использование цифровых технологий позволяет эффективно бороться с теневой экономикой. Внедрение системы сплошной цифровой маркировки и прослеживания создает условия, при которых нахождение в «серой» зоне становится невыгодным для бизнеса. Эта система защищает легальный бизнес, помогает бороться с теневым рынком, позволяет государству существенно повысить собираемость налогов и, что особенно важно, защищает потребителя», – отмечает Ян Витров.

Как рассказали в ЦРПТ, на базе «Честного знака» к 2024 году будет создана единая национальная цифровая система сплошной маркировки и прослеживания товаров. Платформа «Честного знака» ЦРПТ сделает конечного потребителя товара ключевым участником цифровой системы, предоставляя ему возможность в режиме онлайн контролировать подлинность приобретаемой продукции и сообщать

о выявленном нелегальном товаре, используя бесплатное приложение для мобильного телефона. Эта система построена на цифровой технологии, позволяющей максимально быстро и удобно подключать к ней другие товарные группы, адаптировать и «разворачивать» на другие проекты. На ее базе будет создана цифровая система экономики доверия, которая позволит повысить прозрачность рынков, вытеснив нелегальную продукцию. Легальный бизнес, совместно с которым ЦРПТ прорабатывает механизм внедрения в каждой товарной категории, при минимальных инвестициях и практически без вмешательства в операционные процессы получает значительный прорыв в цифровизации и, как следствие, снижение издержек, а также новую долю рынка и защиту своего бренда и репутации.

Помимо достаточно быстрых позитивных результатов (увеличение объемов качественной продукции и снижение количества контрафакта) маркировка имеет большой потенциал в долгосрочной перспективе. «Предполагается, что она повысит прозрачность рынка и защитит бизнес от нечестной конкуренции, будет способствовать росту доверия потребителей к бренду, а главное, поможет создавать новые цифровые продукты и сервисы, которые позволят бизнесу развиваться и улучшать качество жизни покупателей», – говорит Юлия Русинова.

По мнению многих автоматизаторов, именно маркировка может заставить бизнес «зашевелиться». «Маркировка товаров позволит оптимизировать товароучетную систему предприятия, наладить все процессы по приему, инвентаризации и отгрузке товаров, – уверен Дмитрий Болтунов. – Зачастую у торговых точек эти процессы не регламентированы из-за отсутствия товароучетного программного обеспечения. Но даже если ПО



уже имеется на предприятии, то упомянутые процессы не используются или используются не на 100%. Далеко не все производители идут в ногу с прогрессом. Внедрение маркировки должно их подтолкнуть к применению новых технологий. «До сих пор многие небольшие предприятия и индивидуальные предприниматели, например, наносят штрихкод на свою продукцию, только если поставляют продукцию в крупные торговые сети или если этого требует законодательство. Если же нет, то весь учет ведется «на коленке», маркируются товары маркером от руки, – рассказывает Анатолий Каменский. – Введение общей маркировки должно дать толчок к повсеместному внедрению технологий учета. В перспективе это должно привести к снижению расходов предпринимателей».

Маркировка стимулирует более эффективное построение бизнес-процессов. Оптимизация процессов движения товара приводит и к сокращению издержек всех участников цепочки. «Основным инструментом такой оптимизации в маркировке выступает электронный документооборот между

участниками товаропроводящей цепи. Уход от бумаги и связанного с ней хранения архивов, от принтеров и их обслуживания приводит к ускорению самого процесса движения документов», – говорит Максим Коробов, руководитель проекта по маркировке табачной продукции компании Taxcom. С ним согласна Юлия Русинова: «Электронный документооборот требует времени и усилий на его освоение. Однако последующее упрощение работы с документацией легко покрывает первоначальные издержки». Максим Коробов считает, что благодаря формализованным машиночитаемым данным в электронных документах и чеках у малого бизнеса появляется возможность получить точные данные о состоянии своих финансов и предприятия в целом. Это и информация по оборачиваемости товара, и прогнозы по продажам, следовательно, и по своим поставщикам. Кроме того, я уверен, что банки скоро начнут запрашивать данные из электронных документов и чеков для построения более точных скоринговых моделей, что в итоге позволит снизить кредитные ставки для ряда компаний».

Маркировка является стимулом для внедрения полноценной системы оперативного управленческого учета. «Практика показывает, что внедрение такой системы позволяет сократить издержки минимум на треть за счет оптимизации внутренних процессов в компании, – добавляет Дмитрий Болтунов. – В основном экономия происходит за счет фонда оплаты труда, когда, к примеру, вместо десяти человек инвентаризацию могут проводить всего трое и за гораздо меньший срок. Еще одна точка экономии лежит в области анализа товарооборота, который не позволяет закупать, производить заведомо залежалый товар или продукцию с низкой маржинальностью».

«Маркировка может инициировать внедрение новых технологий в бизнес-процессы, что актуально в первую очередь в средних и мелких компаниях, – считает Анатолий Каменский. – Например, использование групповой упаковки может существенно сократить время на прием и отгрузку продукции. В крупных компаниях, скорее всего, подобные процессы применялись и ранее».

Участники смогут сократить число звеньев цепи поставок, тогда цена закупки у конечного звена станет меньше. «В минимальной схеме у цепочки три звена: производитель, оптовик, розница. Но это только в теории, – поясняет Игорь Визгин. – В жизни цепочка включает одного производителя и одну розничную точку, а оптовиков – бесконечное количество. Система отслеживания цепочки товара на каждом шаге поможет выяснить, сколько оптовиков между началом и концом цепочки. Кроме того, информационная система позволит точнее понимать спрос и распределение товара по розничным точкам. Внедрение обязательной маркировки предполагает, что производитель получит информацию обо всех остатках произведенной им продукции на рынке».

Для крупного и среднего бизнеса с большой пропускной способностью маркировка дает возможность существенно экономить время обслуживания клиентов. «Это происходит за счет наличия в коде марки максимальной розничной цены (МРЦ). Раньше продавцу нужно было считать с упаковки штрихкод, перевернуть ее, посмотреть цену и вручную ее ввести. Теперь цена проставится автоматически», – поясняет Юлия Русинова.

Компания ЦРПТ ранее публиковала новость о том, что внесение максимальной розничной цены в состав цифрового кода Data Matrix позволяет увеличить скорость продажи пачки сигарет в два раза. В X5 Retail Group провели эксперимент: сравнили скорость продажи упаковки с линейным кодом и упаковки с цифровым кодом маркировки и данными о МРЦ. Когда на продукте размещен линейный код, кассир дополнительно проверяет цену и вносит информацию в систему вручную. Время на проход через кассу – 6,1 секунды. У цифрового кода это время составило 2,9 секунды. «Кроме повышения скорости, включение МРЦ в состав кода позволит избавиться от ошибок кассиров, которые могут приводить к штрафам. Сейчас случаев продажи сигарет по неправильной цене очень много. При введении маркировки их можно будет полностью избежать», – говорит Ян Витров, руководитель товарной группы «Табак» Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ).

НОША НЕ ТЯНЕТ

Взаимодействие с новыми системами в попытках соответствовать букве закона может привести к повышению нагрузки на уже имеющиеся на предприятии информационные системы. Однако опыт «Ашана» показывает, что говорить об этом пока рано. «С учетом объемов информа-



Законотворчество без остановки

Несмотря на то что обязательной система стала только 1 апреля, работа над процессами продолжается. Так, например, только 14 мая вступило в силу постановление Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2019 года № 515 «О системе маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров», где были установлены общие правила маркировки товаров и положение о государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обя-

зательной маркировке средствами идентификации. Например, были указаны правила формирования и нанесения средств идентификации, а также определен порядок создания и эксплуатации информационной системы мониторинга. Как сообщает «Парламентская газета», особенности маркировки конкретных товаров или групп товаров, а также внедрения информационной системы мониторинга для них будут утверждаться отдельными актами Правительства России.

ционных систем и решений увеличение нагрузки, связанной с внедрением маркировки табака, можно назвать очень низким. Но более детально и подробно можно будет сказать только через 1,5–2 года, – сообщает Илья Чертков. – На данный момент еще не вся продукция поступает маркированной, и лишь в 2020 году (с первого июля 2020 года) розничные магазины будут обязаны регистрировать не только вывод из оборота через кассовые системы и отправку данных ОФД, но и постановку продукции на баланс от поставщиков через ЭДО».

Пока нет особых нагрузок и у операторов. «Если мы говорим про ГИС «Маркировка», то система еще далека от пиковых нагрузок, – рассуждает Игорь Визгин. – Если же речь про обязательные для 54-ФЗ информационные системы, то по закону она одна – оператор фискальных данных (ОФД). «Дримкас» – тоже ОФД. Мы пока не заметили увеличения нагрузки, поскольку розничные точки обязаны передавать данные о продажах маркированного табака только с 1 июля 2019 года. Раньше ОФД передавал данные о продажах в ФНС, теперь еще отправляет информацию о проданном табаке в ГИС «Маркировка». Отдельные ОФД предлагают дополнительные

функции, например отчеты о продажах для пользователя. Но обязанность ОФД – транслировать данные в ГИС «Маркировка», поэтому роль оператора в системе маркировки минимальна. Если говорить о существующих сервисах для розницы и опта, таких как кабинет «Дримкас», то в них добавляют функции для работы с маркировкой. Это не обязанность, а желание компаний сделать лучшее решение на этом рынке для своего сегмента. Такие сервисы готовы к нагрузке и заинтересованы в стабильной работе».

ЕДИНЫЙ КАТАЛОГ

Сейчас информация о товаре заносится во множество информационных систем. Создание единого каталога товаров должно устранить большинство таких систем. Именно это и планируется сделать в не столь отдаленном будущем. Параллельно с развитием системы маркировки и прослеживания Центр развития перспективных технологий занимается созданием национального каталога товаров – важной составляющей единой системы цифровой маркировки и прослеживания товаров. В ЦРПТ уточнили, что классификатор будет содержать достоверную, верифицированную

информацию обо всех товарах, находящихся в обороте на российском рынке, а также впервые позволит собрать корректную статистику обо всех рынках. У каждого наименования продукции появятся свои уникальный код товара и цифровой паспорт, в котором в том числе будет храниться разрешительная документация в соответствии с требованиями российского законодательства.

ЦРПТ является исполнителем по наполнению каталога товаров, заказчики – пользователи платформы. В определении структуры и наполнении национального каталога уже принимают участие более 100 компаний, среди которых крупнейшие производители и ритейлеры. И хотя в России система прослеживания товаров внедряется быстрее, чем, скажем, в Европе, тем не менее кажется сомнительным, что все товары смогут промаркировать к 2024 году. Мы поинтересовались у экспертов, что имеют в виду, когда говорят о внедрении маркировки всех товаров к этой дате. Как сообщили в ЦРПТ, речь идет не только о товарах, по которым сейчас идут пилоты. Интерес к маркировке со стороны бизнеса огромен, и в компании получают запросы на проведение тестирования в различных отраслях – от чая и велосипедов до кабеля и оружия. В компании уверены, что успеть возможно: система была обкатана на первых группах товаров (обувь, лекарства и табак). Далее решение, которое первоначально создавалось как унифицированное, можно легко и быстро переносить практически на любые товарные группы. Напомним, что в ноябре 2018 в ЦРПТ перешла система маркировки лекарств, 1 июня 2019 года информационная система маркировки меховых изделий также перейдет в единую национальную систему маркировки и прослеживания. Распоряжением Правительства РФ № 791-р

от 28 апреля 2018 года утвержден перечень первых 10 товарных групп, которые с 2019 года подлежат обязательной маркировке. Срок введения маркировки табачной продукции – 1 марта 2019 года, обуви и лекарств по программе выскозатратных нозологий – 1 июля 2019 года, для остальных групп товаров – 1 декабря 2019 года, для всех лекарств – 1 января 2020 года. В опубликованном на днях распоряжении правительства о согласовании ГЧП к первой очереди внедрения маркировки отнесена и готовая молочная продукция. А также обозначены направления развития системы – новые товарные группы.

«Министр промышленности и торговли РФ Денис Мантуров уточнял, что к 2024 году маркировке будут подлежать все выпускаемые в оборот товары, – отмечает Алексей Шабанов. – Пилотные проекты идут не менее года, однако их проходит сразу много, причем не только в федеральном масштабе. Параллельно идут региональные проекты по маркировке, например, древесины в Иркутской области или икры в Астраханской области. Поскольку, судя по всему, маркировка товаров будет проводиться по одной схеме, со временем сложностей будет возникать меньше. Да и вполне возможно, что сроки всеобщей маркировки товаров в перспективе могут сдвинуться».

Как полагает Анатолий Каменский, сроки – вопрос сложный. «Сроки введения маркировки обуви перенесли. Сделали послабление для маркировки остатков, по сути позволив легализовать большую часть «серых» товаров. Многие зашла система маркировки лекарств, 1 июня 2019 года информационная система маркировки меховых изделий также перейдет в единую национальную систему маркировки и прослеживания. Распоряжением Правительства РФ № 791-р

СОЮЗНИКИ

Интересно, что к российскому проекту должны присоединиться и другие страны: участники ЕАЭС (Евразийского экономического союза). Два года назад представители коллегии ЕЭК заявляли, что для общего рынка подобное решение должно реализовываться во всех государствах союза синхронно, иначе оно будет неэффективно. Соглашение по маркировке товаров средствами идентификации в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), ратифицированное всеми государствами – членами союза, вступило в законную силу в апреле этого года. Оно нацелено на снижение объемов теневой экономики, защиту потребителей и увеличение поступлений налогов в бюджеты благодаря эффективному контролю за оборотом товаров.

Как отмечают в ЦРПТ, система маркировки и прослеживания – это полноценный современный цифровой инструмент повышения прозрачности рынков. Создание единой цифровой платформы, интегрирующей национальные компоненты каждой из стран, позволит существенно нарастить темпы запуска систем идентификации в странах ЕАЭС и позволит применять общую консолидированную политику. Оно устанавливает порядок внедрения маркировки для того, чтобы в странах союза использовались единые форматы цифровых кодов, одинаково считываемые всеми участниками оборота и обеспечивающие свободное движение товаров внутри ЕАЭС. Соглашение позволит странам двигаться в одном направлении для достижения целей проекта – снижения объемов теневой экономики, гарантии безопасности граждан, развития легального бизнеса и применения общей консолидированной политики обмена информацией внутри ЕАЭС. ♦