

24 августа 2021

Обязательная маркировка непременно повлияет на себестоимость продукции и цену для конечного потребителя

Внедрение системы маркировки и прослеживания товаров идет полным ходом. В текущем году под обязательную маркировку подпадают пять групп изделий легкой промышленности и молочной продукции. Также проводятся эксперименты по маркировке бутилированной воды, пива и других слабоалкогольных напитков. О том, с какими подводными камнями сталкивается эта инициатива, рассказала Наталья Семичастнова, заместитель генерального директора ГК «КОРУС Консалтинг».– Наталья, каковы на данный момент главные «достижения» системы маркировки товаров – удалось ли навести порядок в серой зоне рынка для маркируемых товарных категорий? Снизилось ли количество налоговых преступлений? Удалось ли вытеснить с рынка контрафакт? – Конечно, доля серого рынка уменьшилась благодаря маркировке. На данный момент на таможне не только сверяют нанесенные коды маркировки, но и проверяют товарный знак и импортера на возможность ввоза такого товара, что дополнительно уменьшает количество контрафакта. Все позиции, подлежащие обязательной маркировке, обязаны выводиться из оборота через кассу (пока за исключением молочной продукции). Так покупателей защищают от покупки контрафакта, а налоговая получает отчисления. Потребитель по-прежнему может купить где-то в интернете или на рынке товар без маркировки, но он будет заведомо



контрафактным или серым. В таком случае покупатель сам несет ответственность за все связанные с этим риски. Для некоторых товарных групп, подлежащих обязательной маркировке, понятие «контрафакт» отсутствует, есть только серый импорт. Например, это касается шин и фотоаппаратов – из-за сложности изготовления, брендинга и т. д. Это не футболка, которую можно подделать в каждом подвале. Духи, легкая промышленность и сигареты контролируются более эффективно. На данный момент риск купить в магазине контрафактные или серые табачные изделия минимален, конечно, при условии наличия кода на пачке, кассового аппарата и пробитого чека. Кроме того, потребитель может дополнительно узнать подробности (производитель, состав, страна изготовления) о товаре через код Data Matrix при помощи приложения на смартфоне.

– С какими основными сложностями сталкивается бизнес в связи с введением обязательной маркировки товаров? – Для автоматизации маркировки производителю нужно приобрести специальное оборудование и ПО – это дополнительные расходы. Склады часто уже оборудованы сканерами и терминалами сбора данных, так что их не требуется докупать отдельно. Что касается импортеров, то они передают коды маркировки на производство, если производитель готов наносить данные коды. Если нет, то импортер сам должен маркировать товар под процедурой «Таможенный склад», для чего также нужно оборудование. В оптовом звене необходимо наличие электронного документооборота, а в рознице – кассы с 2D-сканером и принтером этикеток.

– Насколько сильно эти требования отражаются на конечной цене товара? – Стоимость всего этого оборудования и ПО разнится в зависимости от производства, но точно влияет на себестоимость продукции и цену для конечного потребителя.

– Какие технические проблемы,

связанные с маркировкой товаров, могут помешать их производству и реализации? – Чаще всего производство, которое хочет начать маркировать продукцию, сталкивается с несколькими техническими вопросами. Во-первых, это обилие различных форм-факторов некоторой продукции, например молочной. В таком случае чаще можно столкнуться с человеческим фактором: при печати кодов в типографии может возникнуть путаница при производстве. Во-вторых, это скорости линии: когда они высокие, как при производстве пива, сложно нанести, считать и выявить брак. – Как требование обязательной маркировки товаров влияет на логистику? – При так называемой доверительной приемке, когда товары сканируют выборочно, никакого влияния на приемку-отгрузку нет. Если же рассматривать варианты, когда сканируют тысячи кодов маркировки и товар в итоге принимается частично из-за расхождений, это значительно замедляет движение товара по логистической цепи. – К 2024 году планируется сделать маркировку сплошной для всех без исключения товаров. Насколько реалистична эта задача? Есть ли у государственных органов ресурсы для ее выполнения? – На данный момент идет расширение перечня товаров легкой промышленности, которые подлежат обязательной маркировке. По плану они будут введены в систему к концу 2023 года. При этом большая часть легкой промышленности все еще остается немаркированной. Есть товарные группы, в которых еще даже не запланированы эксперименты по маркировке продукции. Сложно представить, какой должен быть штат у ЦРПТ, чтобы при, допустим, 50 товарных группах провести эксперимент в течение 2–3 лет, а также разработать нормативную документацию, утвердить и т. д. – Какие категории товаров, по Вашему мнению, необходимо маркировать в первую очередь (не считая тех, что уже маркируются или по которым ведутся

эксперименты)? – В первую очередь нужно маркировать то, что чаще всего подделывается. Это детские игрушки, автомобильные запчасти и масла, портативная акустика и наушники. *Источник: РЖД-Партнер*

