НИ СПРЯТАТЬСЯ, НИ СКРЫТЬСЯ

Анализ промежуточных итогов внедрения систем маркировки и прослеживания товаров в Союзном государстве.

www.sonar2050.org
expert@sonar2050.org
«Научно-исследовательский центр проблем интеграции стран-участниц Евразийского экономического союза "Союзный нарратив 2050"»

www.sonar2050.org

Автор доклада — руководитель направления политэкономических исследований Лизан Иван Юрьевич. Тел.: +7-999-714-12-40. E-mail: lizan@sonar2050.org. Страница автора: www.sonar2050.org/authors/ivan-lizan

Шеф-редактор — Уралов Семён Сергеевич. Тел.: +7-916-215-72-02. E-mail: uralov@sonar2050.org

Глава аналитического бюро — Лизан Иван Юрьевич. Тел.: +7-999-714-12-40. E-mail: lizan@sonar2050.org

«Научно-исследовательский центр проблем интеграции стран-участниц Евразийского экономического союза "Союзный нарратив 2050"»

Адрес: Российская Федерация, 143180, Московская область, г. Звенигород, мкр. Пронина, д. 2, офис 12

Директор — Боков Василий Сергеевич. Тел.: +7-916-120-07-08. E-mail: vb@sonar2050.org

Telegram: sonar2050

YouTube: sonar2050.org

Оглавление

Введение 4
Маркировка: суть и предыстория внедрения 6
Особенности национальных систем маркировки 9
Россия 9
Беларусь 14
Гармонизация национальных систем маркировки 17
Выводы 18

Введение

Белорусский бизнес уже на протяжении долгих лет жалуется на постоянно меняющиеся условия хозяйствования на российском рынке. Несмотря на работу Евразийской экономической комиссии, её регуляторные компетенции ограничены, а национальные правительства продолжают выступать субъектами, которым оказывается под силу несколькими росчерками пера изменить правила ведения хозяйственной деятельности.

Это неудивительно и нормально, ведь задача любого правительства — защищать интересы своего бизнеса и населения, однако в случае с Россией, которая является точкой сборки Евразийского союза и Союзного государства, а также ведущей по ёмкости рынка страной, подобный подход усложняет жизнь другим партнёрам по ЕАЭС.

Ответом России на жалобы со стороны национальной бюрократии партнёров стало предложение углубить интеграцию, передав часть регуляторных полномочий на наднациональный уровень, а также гармонизировать и по возможности унифицировать законодательство, чтобы оно было основано на общих принципах и регуляторных практиках. Шаг вполне разумный.

Во время электорального цикла в Беларуси подобное предложение вызвало в Минске раздражение и подозрение России в желании огранить белорусский суверенитет.

26 июня 2020 года председатель Союза некоммерческих организаций «Конфедерация промышленников и предпринимателей (нанимателей)» (РКП) Беларуси Анатолий Харлап активно выступил[1] против внедрения маркировки товаров и даже написал обращение к председателю ЕЭК Михаилу Мясниковичу. Спустя месяц, 28 июля, РКП выступила[2] против предложения российской стороны о переводе белорусских информационных систем фискального контроля на общую с Россией платформу и предложила занять аналогичную позицию по вопросам маркировки, электронных счетов-фактур и так далее. РКП выделяла три риска при таком переходе, в частности:

- угрозу утечек информации из общих систем, в результате которых российские компании получили бы доступ к коммерческим тайнам белорусского бизнеса;
- невозможность оперативно реагировать на сбои в работе российских информационных систем;
- сложности с восстановлением данных после сбоев.

Стоит отметить, что заявление РКП стало реакцией на письмо министерства по налогам и сборам РБ, которое ведомство разослало 24 июля представителям бизнеса. В письме была высказана схожая позиция.

Фактически стороны продолжают находиться в регуляторном тупике: Россия, исходя из своих интересов и роли в ЕАЭС (фактической, а не юридической), внедряет у себя различные практики, Беларусь выражает недовольство и пытается сделать их внедрение через ЕАЭС максимально комфортным для себя, предлагая усилить роль данной организации. Но в силу того, что у сторон нет политической воли для скорейшего превращения ЕЭК в некий аналог наднационального правительства, а Беларусь слишком зависит от российского рынка, Минску в итоге раз за разом приходится в ускоренном порядке подстраиваться под российские регуляторные реалии.

Рассматриваемая в данном исследовании система маркировки и прослеживаемости товаров не является каким-либо исключением: внедрять её у себя Беларусь начала с явным запозданием и практически с двухлетней задержкой.

---

[1] Протокол 14 заседания Президиума Делового совета Евразийского экономического союза. // Евразийская комиссия. 2020. 26 июня. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/Протокол %2014-го %20заседания %20Президиума %20ДС.pdf

[2] Бизнес и налоговая Беларуси против перехода на цифровую фискальную систему России. // Office Life. 2020. 28 июля. URL: https://officelife.media/news/19007-business-and-tax-belarus-the-problem-of-digital-fiscal-system-of-russia/

И внедрять маркировку пришлось по тем правилам, которые задала Россия, в частности, именно из России белорусский оператор маркировки «Белбланкавыд» получает коды для обуви и молочной продукции.

Предмет данного исследования — две системы маркировки и прослеживания товаров, российская и белорусская; причины и цели их внедрения; концептуальная связь российской и белорусских систем маркировки с их дальними родственниками — системой ЕГАИС и маркировкой КИЗ, а также описание тех мер, с помощью которых страны ЕАЭС (включая Россию и Беларусь) пытаются сделать внедрение обязательной маркировки наименее безболезненным для чиновников, бизнеса и потребителей.

Стоит понимать ряд особенностей систем маркировки.

1. Внедрение маркировки является неизбежным как в мире, так и на российском рынке, так как позволяет решить целый комплекс задач как на внешнеэкономическом контуре, так и внутри национальной экономики.

В сфере внешнеэкономической деятельности маркировка позволяет:

- Защитить национальный рынок от иностранных товаров, то есть стать барьером, чьё функционирование не оговорено правилами и нормами ВТО. Именно поэтому с 2025 года в планах российского правительства закрыть свой рынок для немаркированной импортной продукции.
- Предельно усложнить ввоз в Россию контрабандной продукции, особенно в случае с Беларусью, границы с которой де-факто нет. Маркировка выступает дополнительным инструментом повышения прозрачности движения товарных потоков. Например, с середины следующего года в России будет запрещён оборот немаркированных сигарет, львиная доля которых ввозится[3] из Беларуси, а двойной контроль молочной продукции (с помощью системы «Меркурий» и маркировки) позволит сделать прозрачным для контролирующих органов её оборот. Усложнится ввоз в Россию товаров по схеме «лжетранзита». В целом импорт станет[4] более систематизированным и упорядоченным.

Внутри страны маркировка даст возможность:

- Вывести из тени национальный бизнес и существенно усложнить оборот контрафактной продукции. Для российского правительства внедрение маркировки является одной из приоритетных задач, направленных на выведение промышленности из «тени». Логика простая: если удалось сделать прозрачными финансовые потоки благодаря цифровой налоговой, то аналогичные мероприятия можно провести и на товарном рынке.
- Повысить собираемость налогов, особенно в случае с алкогольной и табачной продукцией. Только введение обязательной маркировки сигарет пополнило бюджет на 54 млрд рублей за год и вывело из тени 10 крупных табачных фабрик.
- Усложнить налоговые манипуляции, например, по возврату НДС посредством фирм-однодневок.
- Усложнить хищение с целью последующей перепродажи ряда товаров, например лекарственных средств, из медицинских учреждений, куда они поступают от государства.
- Отказаться от акцизных марок (их можно заменить кодами маркировки) и сократить бумажный документооборот.

2. В то же время в случае с маркировкой дьявол кроется в деталях. Эти детали — особенности функционирования систем маркировки, а также товарные категории, которые предполагается маркировать. Единой системы и единообразных товарных групп, которые надлежит маркировать, нет — эти вопросы каждое правительство решает самостоятельно, исходя из своих целей и своего понимания.

---

[3] Дружба дружбой, а табачок врозь. Почему Россия недовольна белорусской табачной политикой. // СОНАР-2050. 2019. 8 марта. URL: https://www.sonar2050.org/publications/drujba-drujboy-a-tabachok-vroz/

[4] Марка о двух концах. Маркировка товаров принесет дополнительные доходы логистам. // «Коммерсант». 2019. 24 октября. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4127378

3. Затраты на внедрение маркировки ложатся на производителей продукции и зачастую перекладываются на конечного потребителя, однако оценить масштабы подорожания продукции сложно. В случае с табачной продукцией оно не является значимым — куда сильнее на стоимость пачки сигарет влияет растущая ставка акцизов. Аналогичные проблемы и по иным товарным категориям, а информационный фон, пикировка чиновников и бизнеса, не позволяет объективно оценить значимость фактора маркировки в стоимости товара с учётом не просто метки (она стоит около 50 копеек), но и оборудования для её нанесения.

4. Споры чиновников и бизнеса в случае с Россией в подавляющем большинстве случаев заканчиваются поиском компромисса: от маркировки многих товарных категорий правительство отказалось после публичного обсуждения, а бизнес при внедрении маркировки неоднократно получал отсрочки и поддержку.

5. Беларуси в случае с маркировкой деваться некуда: она зависит от рынка России, однако попытки сопротивляться внедрению приводят лишь к потере времени. Поэтому Минску логичнее возглавить процесс маркировки и активно взаимодействовать с Россией по этому вопросу.

6. В корне неверно считать маркировочные инициативы России самоуправством: российское правительство скорее задаёт тренды, чем ставит своих союзников перед фактом (национальный закон о маркировке был подписан президентом Путиным после согласования текста рамочного договора ЕАЭС о маркировке).

7. На уровне ЕЭК к середине 2019 года были созданы действенные механизмы согласования интересов стран — членов ЕАЭС по вопросам внедрения систем маркировки и прослеживания товаров.

Маркировка: суть и предыстория внедрения

Идея с маркировкой товаров предельно простая. В самом простом случае (и в самом широком понимании термина) на упаковку товара наносится специальный элемент (наклейка, акцизная марка и так далее).

В данном исследовании под маркировкой подразумевается преимущественно использование кодов Data Matrix (выглядит как QR код, но не тождественен ему) или же RFID метки. Данные элементы на товаре позволяют определить, уплачены ли за товар налоги и сборы, как, кем и когда он ввезён в Россию, а также проследить жизненный путь товара от производителя до конечного потребителя.





Наиболее распространённый пример маркировки товаров в России — акцизная марка, а в Беларуси ещё и контрольный (идентификационный) знак — КИЗ.

Если они отсутствуют на упаковке подакцизного товара, то он считается контрафактным, хотя и зачастую выпущен на таком же заводе и по тем же стандартам качества, как и его легальные аналоги. Однако акцизные марки позволяют лишь установить факт уплаты акцизного сбора, но не понять весь путь движения товара от производителя до конечного потребителя. Большая часть товаров в процессе этого движения проходит через 5 и более промежуточных владельцев — дистрибьюторов, оптовые и розничные сети, что затрудняет процесс контроля за их перемещением и качеством.

Если товар ещё и импортирован в страну, то задача по контролю за его движением дополнительно усложняется, особенно если он ввезён в Россию с территории стран — членов ЕАЭС, у которых с Россией

открыты границы, а в ряде случаев и вовсе отсутствуют, например с Беларусью. Дело в том, что движение товаров внутри ЕАЭС осуществляется без таможенного контроля — он вынесен на внешний контур границ ЕАЭС.

А когда государство начинает проводить ещё и целенаправленную политику, например антиалкогольную, которую совмещает с настойчивыми попытками навести порядок на всех этапах производства и реализации спиртного, то без продвинутой маркировки товаров не обойтись. В таком случае просто акцизной марки становится мало и она обрастает дополнительными функциями, которые в итоге превращаются в целую информационную систему.

Первой в России массовой электронной системой учёта и контроля за оборотом товаров стала созданная в далёком 2005 году ЕГАИС — Единая государственная автоматизированная информационная система, чьей задачей было установление государственного контроля над объёмом производства и оборотом этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции.

Полноценное внедрение данной системы растянулось[5] на десятилетие: сначала к ней подключили только производителей, которые неоднократно жаловались на громоздкость и неудобства в использовании системы, затем систему и вовсе меняли, что оборачивалось тратами алкокомпаний, но уже к началу 2016 года к системе подключились дистрибьюторы (в противном случае они бы утратили право принимать отгрузки у производителей и законно поставлять спиртные напитки). Ещё через полгода, с 1 июля 2016 года, к системе подключилась и розница. Таким образом, **за 11 лет государство установило свой контроль над всем циклом оборота алкогольной продукции: от производства спирта до разлива в бутылки и его реализации конечному потребителю.**

Сложности в запуске ЕГАИС были вызваны тем, что:

1. ЕГАИС была первой и мало кто понимал, как она должна работать, а профильных IT-специалистов в стране не хватало.
2. В 2005 году страна была покрыта интернетом очагами, его скорость оставляла желать лучшего, а вычислительные мощности компьютеров и оборудования не позволяли сделать работу ЕГАИС быстрой и удобной.

Именно поэтому ЕГАИС «доводили до ума» 11 лет. За это время изменилось не просто многое, а абсолютно всё.

Во-первых, укрепилось государство и окрепла бюрократия, которая выступает главным лоббистом создания подобных информационных систем.

Во-вторых, произошла дальнейшая концентрация капитала, в первую очередь торгового, который, с одной стороны, понёс издержки из-за внедрения подобных систем, а с другой — выиграл от внедрения ЕГАИС.

На первоначальном этапе крупные сети понесли издержки от внедрения системы и ничего не выиграли — их мелкие конкуренты ушли «в тень». Но за счёт расширения сетей и роста покупателей ретейлеры стали контролировать большую часть реализации спиртных напитков в России, существенно сократив, но не уничтожив теневую розницу.

Так, в феврале 2018 года по России провели около 300 проверок торговых точек (мелкая розница реализует около половины всего спиртного в России, а у 70 % таких магазинов нет лицензии на реализацию спиртных напитков), в ходе которых выяснилось, что в «мелкой» рознице доля «палёного» алкоголя составляет около 80 %. Сами же мелкие субъекты торгового рынка зачастую закупают продукцию у своих крупных конкурентов-ретейлеров, когда те объявляют соответствующие акции. Сети с недавних пор принялись бороться с подобной практикой, так они избавляются от конкурентов, того самого малого и среднего бизнеса. При этом «по

[5] История и перспектива развития единой государственной автоматизированной системы. // ITspect. 2020. URL: https://itaspect.ru/blog/article?id=28

правилам» вынуждены работать крупные торговые сети: лишь в 20 % проверенных сетевых магазинов выявили нарушения при продаже спиртного.

Проблема контрафактного спиртного актуальна не только для России. Около трети марочного шотландского виски, как показало[6] исследование BBC Scotland, — подделки. Печальнее всего данная новость для коллекционеров виски, которые рассматривают данный напиток как объект для инвестиций — через 10 лет стоимость бутылки может вырасти в 5,2 раза.

После введения ЕГАИС сумма начисленных акцизов на этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию за январь — май 2016 года (момент полного запуска системы) выросла почти на 50 % — до 161,9 млрд рублей, а рост сбора акцизов только по крепкому алкоголю за этот период составил почти 38 % к аналогичному периоду 2015 года.

Для граждан опыт[7] эксплуатации ЕГАИС является положительным: с 2006 года потребление алкоголя в России сократилось[8] почти на 40 %, к августу 2018 года смертность от случайных отравлений алкоголем снизилась[9] на 20 % по сравнению с 2016 годом, а количество отравлений алкоголем в новогодние праздники в 2018 году уменьшилось в 3,7 раза. Понятно, что приведённые выше цифры — следствие комплекса факторов, входящих в то, что называют антиалкогольной политикой, в которой ЕГАИС точно такой же элемент, как и повышающиеся из года в год ставки акцизов на спиртную продукцию и ограничения на реализацию алкогольных напитков после десяти вечера.

Понятно, что победить пьянство с помощью ЕГАИС невозможно — у него социально-экономические причины[10], что и показали случаи массового отравления «Боярышником» или просто сухая статистика, в соответствии с которой примерно[11] треть алкоголя на рынке в декабре 2017 года (к ЕГАИС уже были подключены все субъекты рынка) была[12] контрафактной.

Таким образом, государство совместило приятное с полезным: повысило собираемость акцизов и снизило долю контрафактного спиртного на рынке, ужесточив контроль за оборотом спиртных напитков.

А раз вышло обелить солидную часть рынка спиртных напитков, то почему бы не распространить эксперимент и на другие рынки. Примерно такая логика была у законодателя и налоговиков. Эксперимент продолжили уже в рамках ЕАЭС: с августа 2016 года была внедрена обязательная маркировка изделий из меха, а в 2019 году система маркировки распространена на десятки категорий товаров народного потребления. Но прежде чем перейти к описанию того, как опыт ЕГАИС распространили на другие товарные группы, стоит рассказать об особенностях национальных, российской и белорусской, систем маркировки.

---

[6] Исследование доказало подделку более трети марочных виски Шотландии. // «Ведомости». 2018. 21 декабря. URL: https://www.vedomosti.ru/business/news/2018/12/21/789951-o-poddelke-viski

[7] Системный сдвиг. Какой эффект дало введение ЕГАИС в стране. // «Лента.ру». 2016. 27 июня. URL: https://lenta.ru/articles/2016/06/27/egais/

[8] За здоровье! Сколько и где употребляют алкоголя. // РИА. 2018. 10 мая. URL: https://ria.ru/20180510/1520153487.html

[9] Смертность от случайных отравлений алкоголем снизилась на 20% с 2016 года. // ТАСС. 2018. 20 августа. URL: https://tass.ru/obschestvo/5470554

[10] Опасное потребление алкоголя и тенденции продолжительности жизни в России. // Высшая школа экономики. 2017. 13 апреля. URL: https://iq.hse.ru/data/2017/06/16/1170387100/ОС-алко-презентуха-Кваша_Харькова_13_04_2017.pdf

[11] Что пить будете: треть коньяка в России признали «паленым». // РИА. 2017. 1 ноября.

[12] Минздрав: доля контрафактного алкоголя на рынке составляет примерно 30%. // РИА. 2017. 21 декабря. URL: https://ria.ru/20171221/1511426265.html

Особенности национальных систем маркировки

Россия

Российская ЕГАИС в ходе своей длительной эволюции стала, пожалуй, первой системой практически тотального (если учитывать так и не побеждённый теневой рынок) контроля со стороны государства за одним из сегментов экономики. Вероятно, тотальной данную систему контроля пришлось делать по причине огромных размеров России и сложностей с контролем за регионами, особенно такими специфическими как Северная Осетия, у которой слава[13] «водочной республики». Сказалось и пребывание алкогольного рынка в «тени».

Внедрение системы маркировки товаров, которая «выросла» из ЕГАИС, началось при премьере Медведеве, а теперь продолжается при его сменщике Мишустине, который приложил руку к реализации системы, ещё будучи главой налоговой. Премьер Мишустин «цифровизировал» российскую налоговую, сделав прозрачными транзакции внутри страны, а теперь продолжает обеление товарных потоков и предпринимает активные (и вполне успешные) попытки переноса российских цифровых регуляторных практик на страны ЕАЭС. Фактически что «цифровизация» налоговой, что маркировка товаров являются частью единой концепции, как и электронный бюджет.

В середине декабря 2017 года президент Владимир Путин одобрил идею создания единого оператора системы цифровой маркировки товаров в России на базе ООО «Оператор-ЦРПТ».

Если ЕГАИС разрабатывал государственный «Научно-технический центр "Атлас"», то к середине 2010-х бизнес понял, что за счёт «цифровизации» можно создать целые рынки в рамках государственно-частного партнёрства (ГЧП). За красивым словосочетанием государственно-частного партнёрства скрывается совпадение интересов чиновничества (оно ищет пути повышения налоговых поступлений в бюджет) и IT-бизнеса (он, в свою очередь, зарабатывает, повышая налоговые поступления для государства).

Поэтому, в отличие от государственной ЕГАИС, маркировочное начинание реализуется «Центром развития перспективных технологий» (ЦРПТ) в рамках ГЧП и является совместным проектом USM холдинг Алишера Усманова («USM Технологии», 50 %), госкорпорации «Ростех» (25 %) и «Элвис-Плюс групп» А. Галицкого (25 %).

Планируется, что до 2024 года в России должна быть создана система полной прослеживаемости оборота товаров от производителя до конечного потребителя. Национальная система цифровой маркировки «Честный знак», в рамках которой и будут маркировать широкий спектр товаров, в качестве своей основной цели декларирует желание «гарантировать потребителям подлинность и заявленное качество приобретаемой продукции». Далее Россия начнёт закрывать свой рынок для немаркированной продукции.

В частности, 21 ноября 2018 года на форуме «Антиконтрафакт-2018» министр финансов Антон Силуанов заявил[14], что с 2025 года система маркировки будет распространена на все отрасли промышленности РФ, а для

---

[13] Северная Осетия перестанет быть «водочной республикой». // «Версия». 2018. 20 ноября. URL: https://versia.ru/severnaya-osetiya-perestanet-byt-vodochnoj-respublikoj

[14] Россия закроет рынки для немаркированных товаров. // Office Life. 2018. 21 ноября. URL: https://officelife.media/news/russia-closes-the-markets-for-unmarked-goods/

партнёров по ЕАЭС, которые не интегрируются в общую систему отслеживания, закроют доступ на российский рынок.

Расходы на создание системы оцениваются[15] в 205,7 млрд руб. за 15 лет: 68 млрд — капитальные затраты и 137,7 млрд — операционные. Это только расходы ЦРПТ, но не производителей, которым нужно будет установить оборудование для нанесения маркировки.



Так выглядит схема, которая по замыслам системы «Честный знак» обеспечит полноту представлений государства об обороте товаров в России.

В среднем первые семь лет проекта ежегодно ЦРПТ рассчитывает получать прибыль в 1,5 млрд руб. и выйти на окупаемость за это время при доходности 16 %. В РЦПТ полагают, что проект окупится через 7 лет. Стоимость своих услуг Центр оценивает[16] в 50 копеек за каждую единицу товара (сопоставима с ценой белорусской КИЗ, которая обеспечивает куда меньший функционал). Для лекарств стоимостью ниже 20 рублей услуга будет бесплатной.

Чем больше будет рынков и товаров включено в систему, тем больше будут доходы ЦРПТ — она будет зарабатывать с оборота. Примерные суммы дохода компании подсчитали[17] в РБК на примере шуб и сигарет. По данным ФТС, в 2017 году в России было продано 1,2 млн промаркированных меховых изделий. Если бы все они были российского производства и уже работала система ЦРПТ, то на этом оператор заработал бы 600 тыс. руб.

---

[15] Усманов и партнеры готовы потратить 200 млрд рублей на систему маркировки товаров. // «Ведомости». 2018. 22 августа. URL: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/08/23/778803-usmanov-markirovki

[16] Маркировка в 2019 году: что и когда делать предпринимателям. // РБК. 2019. URL: https://pro.rbc.ru/demo/5c3c49949a79471a39e9111b

[17] У оператора системы маркировки товаров в России нашелся новый миноритарий. // РБК. 2018. 19 января. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/19/01/2018/5a608e2c9a79478156d34327

При маркировке сигарет (отметку получает каждая пачка; общий объём производства сигарет в год — 250–260 млрд штук, или 12,5 млрд пачек при условии фасовки по 20 сигарет) заработок мог бы составить уже 6,25 млрд руб. Кроме того, в будущем компания собирается зарабатывать на продаже аналитики.

Выиграют от введения маркировки компании, предоставляющие электронные цифровые подписи, и Госзнак (производитель чипов для шуб), который явно расширит производственную линейку. По подсчётам[18] Михаила Рубайлова, директора по развитию ГК «Штрих-М», для одних только магазинов, торгующих одеждой и постельным бельём, разовые расходы на подстраивание под систему маркировки в целом составят 10 млрд рублей.

При этом формат маркировки, как было ранее с системой ЕГАИС, уже менялся, что сделало бессмысленным для фармпроизводителей ранее закупленное оборудование (впрочем, точно так же было и с системой ЕГАИС). Производителей утешают тем, что они смогут сэкономить за счёт лучшего понимания процесса движения своих товаров на рынке, то есть за счёт накопления промышленной big data и уменьшения количества регуляторных и административных барьеров. Но последние только обещают ликвидировать. Отменят ли — не ясно.

Задач у создающейся тотальной системы маркировки несколько.

Во-первых, ликвидировать поступление на рынок России контрафактной продукции — она будет видна невооружённым глазом. А контрафакта на российском рынке хватает.

В 2015 году ВШЭ провела исследование, в ходе которого установила[19], что около 15 % оборота некоторых видов продовольственных товаров, алкоголя, парфюмерии и косметики, а также одежды и обуви в России являются нелегальной продукцией. В общем обороте розничной торговли в России в 2015 г. оборот нелегальной продукции составлял 9 %, или 2,5 трлн руб. Наибольшая доля незаконного оборота — в алкоголе (около 40 %, цифры даны до введения ЕГАИС), в одежде и обуви (около 35 %), парфюмерии и косметике (около 20 %). В продовольственных товарах доля подделок лишь около 10 %, а в остальных исследованных категориях — 5 % и менее. В основном нелегальная продукция продаётся в небольших магазинах, на открытых рынках и в местах уличной торговли, но часть продаж перемещается в интернет.

В одежде преобладают серый импорт и контрабанда, в алкоголе — неучтённое производство, в спортивных одежде и обуви — подделки. При опросе выяснилось, что лишь пятая часть опрошенных бизнесменов считает, что подделки уступают по качеству оригиналам. *«Нередко качество контрафактных товаров оказывается абсолютно идентичным качеству оригинала, в результате чего без специальной экспертизы невозможно в принципе определить, является ли товар оригинальным»*, — говорится в обзоре ВШЭ.

А есть ещё и специфическая контрафактная продукция, например лекарства (в том числе от онкологии и ВИЧ), а также товары производства «гаражной» экономики, от запчастей для автомобилей до комплектующих для ракет.

При этом в России до сих пор законодательно не легализован[20] параллельный импорт — ввезти товар в страну может только правообладатель или официальный дилер. Единственный легальный способ ввоза таких товаров возможен лишь тогда, когда официальный импортёр завышает цены[21]. Чтобы легализовать параллельный импорт, нужно добиться одобрения всех стран — членов ЕАЭС. Поэтому часть того, что является нелегальным,

[18] Тайная жизнь молока и покрышек. // «Эксперт». 2018. 24 декабря. URL: https://expert.ru/expert/2019/01/tajnaya-zhizn-moloka-i-pokryishek/

[19] ВШЭ оценила оборот подделок в России в 9% всей торговли. Нелегальный оборот достиг 2,5 трлн рублей в прошлом году. 2016. 21 декабря. URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/12/21/670619-vshe-poddelok

[20] Правительство готово открыть границу для импорта без разрешения владельцев брендов/ // «Ведомости». 2018. 24 октября. URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/10/23/784504-pravitelstvo-importa-brendov

[21] Границу России приоткрыли для параллельного импорта. Без разрешения можно ввозить товары компаний, завышающих цены. 2018. 14 февраля. URL: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/02/14/750885-granitsu-priotkrili-parallelnogo-importa

произведено на тех же производствах, что и легальная продукция, однако ввезено без согласования с официальным импортёром.

Во-вторых, пополнить бюджет за счёт выведения из тени целых сегментов экономики.

С 2016 года, когда была введена обязательная маркировка меховых изделий, и по 2020 год легальный оборот рынка вырос[22] в 10 раз — с 300 тыс. единиц в год до 3 млн изделий, или с 6 до 60 млрд рублей в денежном эквиваленте. Стремительный рост будет и на рынке обуви: при натуральном объёме рынка в 330–350 млн пар обувные компании заказали у ЦРПТ 1,2 млрд меток, то есть рост прогнозируется в 4 раза. На табачном рынке из тени за 2 года удалось вывести десяток (треть от общего числа) крупных производителей сигарет. В случае с табачным рынком удалось за год снизить долю нелегальной продукции с 15,5 до 10,5 %, всего же маркировка сигарет уже успела пополнить казну на 54 млрд рублей.

В-третьих, станет сложнее реализовывать на коммерческом рынке товары, не предназначенные для продажи, например, в случае с лекарствами маркировка позволит выявить хищения и наказать виновных. В частности, на Кубани в 2019 году к системе маркировки и прослеживания лекарств подключили все госучреждения, а доля подключённых аптек по итогам года выросла с 14 до 63 %. Ожидается[23], что маркировка лекарств позволит аптекам увеличить продажи на 30–40 %.

По мере введения маркировки неоднократно менялись товарные категории. Изначально планы[24] ЦРПТ можно назвать наполеоновскими — маркировать всё, однако за 10 лет, в течение которых около 10–15 стран мира реализуют свои проекты по маркировке товаров, никто, кроме ЦРПТ, не планировал маркировать все товарные группы. **В Китае ещё в 2007 году система маркировки была запущена для лекарственных препаратов, в Бразилии её распространили на табачные изделия и напитки.**

Ни в одной стране мира ранее не создавалось единой системы для всех торговых групп на рынке. Как правило, существуют «локальные» решения, распространяемые на конкретные товары, чаще всего подакцизные.

В России маркировка касается всех, кто производит, перевозит, продаёт или перепродаёт товары из девяти сфер: лекарства, табак, обувь, шины, духи, лёгкая промышленность (включая одежду и текстиль), фотоаппараты и вспышки, пиво, молоко. При этом многие товары уже успешно промаркированы, например изделия из меха и алкогольная продукция (в рамках той же ЕГАИС).

Однако, как уже упоминалось выше, ЕГАИС оказалась неспособна «обелить» рынок алкогольной продукции, поэтому 9 сентября 2020 года в ходе встречи с президентом Путиным глава Минпромторга Дмитрий Мантуров согласовал[25] планы расширения маркировки на пиво, а затем и весь алкоголь. К слову, маркировка пива уже введена в Бразилии, Турции и Малайзии.

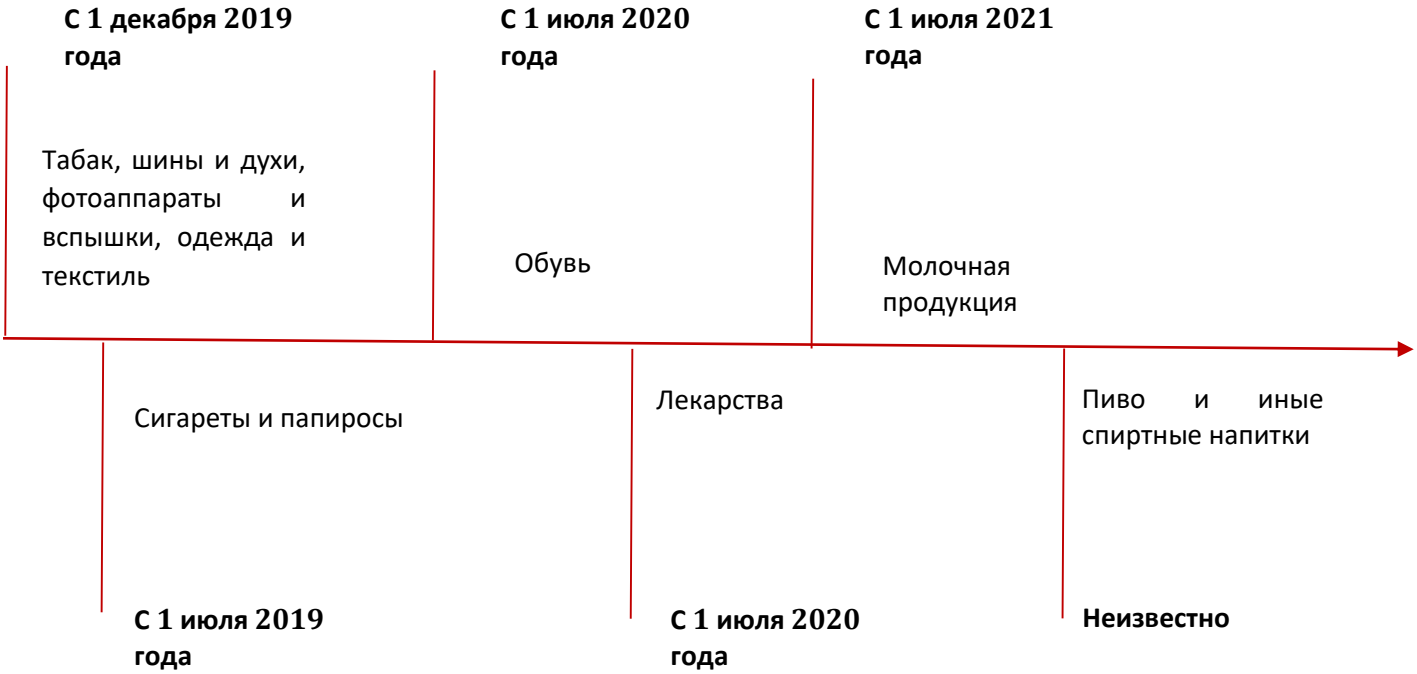
---

[22] Цифровая метка контрафакта. Дмитрий Бутрин о том, почему правительство может ускорить программу сплошной маркировки. // «Коммерсант». 2020. 25 февраля. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4266733

[23] Маркировка лекарств повысит продажи аптек за счет обеления 30-40% рынка. // CNEWS. 2020/ 22 января. URL: https://www.cnews.ru/articles/2019-12-26_markirovka_lekarstv_povysit_prodazhi

[24] Как будет работать единая система для борьбы с нелегальным товарооборотом. // CNEWS. 2018. 3 декабря. URL: https://www.cnews.ru/articles/2018-11-27_kak_budet_rabotat_edinaya_sistema_dlya_borby_s_nelegalnym_tovarooborotom

[25] Маркировке подбирают новые рынки. Владимиру Путину доложили об успехах в прослеживаемости товаров. // «Коммерсант». 2020. 9 сентября. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4484585



Стоит учесть, что алкогольные напитки обеспечивают 20 % спроса на товары повседневного потребления, а в 2019 году, по данным Росалкогольрегулирования, 40 % всей алкогольной продукции были нелегальными; «Трезвая Россия» считает, что каждый второй литр пива в России находится в теневом обороте. Причина — неучтённое производство на крупных пивоваренных заводах и работа малых предприятий (около 1100 подобных пивоварен работают вне системы контроля). При этом тотальная маркировка пива (вместе с лицензированием) может привести к массовому закрытию[26] крафтовых пивоварен (из-за малых объёмов производства они не подключены к ЕГАИС): если будет введено лицензирование, то количество производителей, обязанных получить лицензию, увеличится в 4 раза (сейчас их около 330) и почти в 2 раза увеличится количество розничных точек, которые тоже будут обязаны её получить (свыше 150 тысяч).

Ещё один пример проблемной товарной группы — молочная продукция. Её будут отслеживать на всех этапах производства, от молока с фермы до готового продукта на прилавке.

- От фермы до завода — через систему «Меркурий» (она должна была стать продуктовой ЕГАИС), которая уже работает. К ней уже подключились и белорусские производители.
- От завода до покупателя — через систему маркировки. Обязательная маркировка молочки начнётся[27] с января 2021 года. Глава оператора системы цифровой маркировки Центра развития перспективных технологий Михаил Дубинин оценил затраты молочников в 4 копейки за единицу продукции.

Вряд ли потребитель будет сканировать своим телефоном метку на каждом пакете молока — ему достаточно понимания того, что продукт в упаковке является действительно молоком (а не продуктом с заменителем молочного жира[28]) и его срок годности не истёк. Зачем ещё и контролировать дальнейший путь пакета с молоком — неясно.

К слову, в ряде случаев инициатором маркировки зачастую является бизнес. Так, молоко маркировать предложили Danone и PepsiCo, которые планировали освободиться от контроля системы «Меркурий»: Россельхознадзор желал распространить её не только на сырьё — молоко, но и на готовую молочную

[26] Правительство хочет ужесточить регулирование рынка пива. Крафтовые пивовары могут уйти с рынка. // «Ведомости». 2018. 12 марта. URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/03/12/753170-uzhestochit-regulirovanie-piva

[27] Маркировка молочной продукции начнется в январе 2021 года. // «Коммерсант». 2020. 6 июля. URL: https://www.kommersant.ru/doc/4406640?

[28] Честное имя белорусской «молочки». // «Экономическая газета». 2019. 25 января. URL: https://neg.by/novosti/otkrytj/chestnoe-imya-belorusskoj-molochki

продукцию, тогда как Минэкономразвития выступило против[29] такого подхода из-за опасений удорожания готовой молочной продукции. Danone и PepsiCo сначала смогли отстоять компромиссный вариант: планировалось, что молоко будет контролироваться через ЭВС «Меркурий», а готовая продукция — маркироваться. Однако затем позиция Минсельхоза изменилась и «молочников» обязали использовать систему «Меркурий» для готовой продукции и внедрять маркировку.

Были и весьма неоднозначные товарные группы, от маркировки которых, к счастью, отказались. Например, в апреле 2018 года Минпромторг предложил маркировать продукты питания, в том числе мясо и рыбу. Как маркировать мясо и колбасу — неясно.

От маркировки кресел для лиц с ограниченными физическими возможностями удалось отказаться после того, как производителей данных медизделий защитил Минздрав.

Беларусь

В Беларуси из-за меньших размеров страны и тотального доминирования государства во всех секторах экономики мотивом внедрения маркировки было повышение собираемости налогов, а не борьба с контрафактом. В случае с алкогольной продукцией речи о контрафакте как таковом в РБ не идёт — в республике запрещено самогоноварение.

Поэтому создавать аналог ЕГАИС в Беларуси не было нужды, однако у государства были другие потребности, которые позволила обеспечить белорусская система маркировки контрольными (идентификационными) знаками — КИЗ. Данная система заработала с 2005 года, а с августа 2011-го начала регулироваться Указом[30] Президента РБ от 10 мая 2011 г. № 243 «О маркировке товаров контрольными (идентификационными) знаками». Этот указ «в целях экономической безопасности государства и защиты интересов граждан» вводил фактически квазиналог в форме маркировки ряда товаров народного потребления специальными знаками, которые похожи на небольшие акцизные марки квадратной формы.

Под маркировку попали[31]:

- пищевое растительное масло;
- икра и рыбные консервы;
- соки фруктовые и овощные;
- минеральные и газированные воды, а также прочие безалкогольные напитки;
- пиво и слабоалкогольные напитки;
- масла моторные и антифризы;
- моющие и чистящие средства;
- кофе, чай и мате;
- жидкости для использования в вейп-системах;
- новая обувь и часы;
- новые принтеры, ноутбуки и планшеты, мобильные телефоны, мониторы и телевизоры, а также материальные носители с фонограммами или аудиовизуальными произведениями.

Бизнес обязали маркировать все попавшие в перечень товары, а реализацию немаркированных товаров запретили. Фактически благодаря КИЗ государство расширило до 23 групп список товаров, которые

[29] Минэкономразвития против «продуктовой ЕГАИС» для молочных компаний. Распространение на них системы «Меркурий» грозит многомиллиардными затратами. 2019. 21 февраля. URL: https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/02/21/794840-molochnih

[30] Указ Президента РБ от 10.06.2011 № 243. О маркировке товаров идентификационными знаками. // «Альфа Софт». 2011. 17 сентября. URL: https://www.alta.ru/tamdoc/11bl0243/

[31] Перечень товаров, подлежащих маркировке контрольными (идентификационными) знаками, за исключением товаров, информация о производстве и (или) ввозе на территорию Республики Беларусь которых подлежит внесению в межведомственную распределенную информационную систему «Банк данных электронных паспортов товаров». // «Альфа Софт». URL: https://www.alta.ru/tamdoc/11bl1030/#p1

облагаются дополнительными неналоговыми поступлениями с производителей, вынужденных закупать[32] КИЗ у государства, а затем, заложив их стоимость в конечную цену товара, перекладывать её на конечных потребителей.

Естественно, бизнесу такая система маркировки не нравится[33], так как она повышает неналоговую нагрузку на предприятия. При этом гораздо большей неналоговая нагрузка оказывается у тех, кто маркирует товары контрольными знаками (стоимость одного КИЗ разнится от одной белорусской копейки для соков и двух рублей за шубу). При производстве расходы на приобретение, маркировку и администрирование КИЗ в расчёте на единицу товара составляют до 8–9 %, а при импорте, например чая, — до 20 % себестоимости. Такие цифры приводит[34] Бизнес-союз предпринимателей и нанимателей им. Кунявского (БСПН).

БСПН провёл анкетирование компаний, занимающихся производством и реализацией обуви, чая, кофе, соков, воды и безалкогольных напитков, и изучил мнение бизнесменов. Треть опрошенных заявила, что система маркировки КИЗ не обеспечивает заявленную экономическую безопасность и защиту интересов граждан. 66,7 % опрошенных заявили, что маркировка только частично выполняет возложенные на нее функции и несёт исключительно фискальный характер.

Кроме того, стоимость КИЗ не обоснована и завышена, говорит большинство респондентов. В 2017 году расходы организаций на приобретение контрольных знаков составили 2,3 млн BYN, на маркировку и администрирование — ещё около 134 тыс. BYN, или 5,9 % к затратам на покупку КИЗ.

Большинство организаций не видит плюсов от дорогостоящей процедуры маркировки товаров. Только 8,3 % сказали о том, что маркировка даёт им маркетинговую информацию и содействует защите отечественных производителей товаров.

Эксперты БСПН делают вывод, что эта система устаревшая, излишняя и затратная и её нужно отменить либо коренным образом модернизировать. Такого же мнения придерживаются и на предприятиях: за коренную модернизацию высказались 66,7 % респондентов, за отмену маркировки товаров — 75 %.

Тем не менее для государства система с начала своей работы показала высокую эффективность: если в 2003–2004 годах отражаемые объёмы импорта пива уменьшались, то в 2005 году, когда ввели маркировку КИЗ, легальный импорт пива увеличился в 3 раза, а к 2012 году — в 9 раз. Выходит, что в РБ с помощью КИЗ из-за меньших размеров республики удалось быстрее достичь того же эффекта, что и в России с помощью системы ЕГАИС. Однако КИЗ не позволяет прослеживать жизненный цикл товара, поэтому основой для современной системы маркировки быть не может.

В силу зависимости Беларуси от российского рынка в вопросе маркировки республика неизбежно будет подстраиваться под реалии российского рынка.

Так, 11 марта 2019 года министерство по налогам и сборам РБ анонсировало[35] запуск с первого квартала 2020 года системы прослеживаемости товаров, которая заработает после вступления в силу одноимённого указа. 15 марта того же года Совмин РБ принял постановление № 161 «О создании национальной системы по

---

[32] Маркировка товаров контрольными (идентификационными) знаками. Общие положения. // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. URL: http://www.nalog.gov.by/ru/markirovka-kontrolnymi-znakami-obschie-polojeniya/

[33] Бизнес просит отменить маркировку товаров. // «Экономическая газета». 2018. 7 декабря. URL: https://neg.by/novosti/otkrytj/biznes-prosit-otmenit-markirovku-tovarov

[34] Там же.

[35] Система прослеживаемости товаров может заработать в Беларуси в 2020 году. // БелТА. 2019. 11 марта. URL: https://www.belta.by/economics/view/sistema-proslezhivaemosti-tovarov-mozhet-zarabotat-v-belarusi-v-2020-godu-339554-2019/

маркировке обуви средствами идентификации». 24 апреля 2019 года экс-премьер РБ Сергей Румас распорядился[36] создать межведомственную рабочую группу для координации деятельности по созданию национальной системы маркировки и прослеживаемости товаров. В рабочую группу включили представителей МНС, Минэкономики, Госстандарта, ГТК, Академии наук, ОАЦ.

Им было поручено представить в правительство до 1 июля предложения о создании национальной системы маркировки и системы прослеживаемости товаров и до 1 октября — перечень товаров, подлежащих маркировке средствами идентификации, прослеживаемости, в том числе на территории ЕАЭС.

Оператором национальной системы маркировки товаров назначили РУП «Издательство "Белбланкавыд"», а пилотный проект по маркировке товаров в РБ действовал с 15 апреля по 31 декабря 2019 года. К августу 2019 года к пробной маркировке присоединились 28 производителей обуви в РБ. К слову, один код маркировки у «Белбланкавыд» стоил в 2019 году 0,4 белорусских рубля (по актуальному на тот момент курсу — 12,83 российских рубля), тогда как в РФ — 0,5 российских рубля. Сама маркировка сперва признавалась[37] только внутри Беларуси — белорусскому оператору не удалось договориться[38] с российским ЦРПТ о признании белорусской маркировки, поэтому для обуви закупались соответствующие российские знаки, а систему обмена информацией между двумя операторами удалось запустить только во второй половине мая 2020 года; тогда же появилась[39] информация о том, что мобильные группы Федеральной таможенной службы России на границе с Беларусью и Казахстаном будут контролировать обувь на наличие маркировки.

С февраля 2020 года белорусский оператор начал[40] получать коды маркировки российского образца от ЦРПТ и выдавать их белорусским компаниям.

С 27 мая 2020 года «Белбланкавыд» запустил тестовую маркировку парфюмерной продукции, фотоаппаратов, шин и изделий лёгкой промышленности. А с 1 октября маркировка станет обязательной, немаркированные товары нельзя будет ввозить в Россию. То есть от тестового внедрения до обязательной маркировки должно пройти всего 4 месяца.

Фактически РБ с запозданием в 2 года по сравнению с Россией приступила к внедрению похожей на российскую систему маркировки товаров, которая для ряда товарных групп уже стала обязательной. При этом сроки внедрения маркировки в РБ оказались крайне сжатыми. Стоит отметить, что Россия предоставила белорусским компаниям коды маркировки для обуви и молочной продукции.

С полноценным и массовым запуском системы маркировки кодами Data Matrix маркировка знаками КИЗ будет отмена как дублирующая и излишняя.

---

[36] Румас поручил создать национальную систему маркировки товаров. // Office Life. 2019. 24 апреля. URL: https://officelife.media/news/10212-rumas-instructed-to-create-a-national-system-for-labeling-/

[37] Цифровая маркировка «Белбланкавыд» легитимна только на территории Беларуси. // Office Life. 2019. 29 августа. URL: https://officelife.media/news/12192-digital-marking-belblankavyd-legitimacy-only-within-belarus/

[38] Россия и Беларусь ведут переговоры о взаимном признании маркировки обуви. // Office Life. 2018. 27 ноября. URL: https://officelife.media/news/russia-and-belarus-are-holding-negotiations-on-mutual-recognition-of-marking-shoes/

[39] ФТС России заинтересовала маркировкой обуви: грядут проверки на границе. // Office Life. 2020. 22 мая. URL: https://officelife.media/news/17164-fcs-of-russia-is-interested-in-the-labelling-of-footwear-coming-checks-on-the-border-/

[40] «Белбланкавыд» открыл тестирование маркировки ряда товаров. // Office Life. 2020. 27 мая. URL: https://officelife.media/news/17283-belblankavyd-opened-a-testing-marking-of-certain-goods/

Гармонизация национальных систем маркировки

До 2017 года правительства стран — членов ЕАЭС вводили маркировку самостоятельно, а по отдельным товарным категориям договаривались при необходимости. Например, так вышло с маркировкой меховых изделий.

С 1 октября 2016 года система с данными о перемещениях всех меховых изделий внутри стран ЕАЭС стала обязательной для всех участников рынка — производство немаркированных товаров в России наказывается штрафом до 100 тысяч руб., а продажа — до 300 тысяч руб., Уголовный кодекс за отказ от маркировки предусматривает шесть лет лишения свободы. Одна метка производства российского АО «Госзнак» стоит[41] от 15 до 22 рублей. Российская и белорусская системы маркировки товаров схожи в части контроля за оборотом меховых изделий, так как основываются на требованиях ЕАЭС.

Однако понимание того, что количество товарных категорий, подлежащих маркировке, будет увеличиваться, а вместе с ними возрастёт и количество противоречий внутри ЕАЭС, толкало национальные правительства к необходимости координации при введении маркировки и гармонизации национальных систем.

Поэтому данный вопрос был передан на наднациональный уровень — в Евразийскую экономическую комиссию. 10 октября 2017 года Совет Евразийской экономической комиссии одобрил проект соглашения о маркировке товаров, которое страны — члены объединения подписали 2 февраля 2018 года. Целью данного документа было введение единого порядка внедрения уже существовавших к тому времени систем маркировки товаров в России, Беларуси и Армении. Стоит отметить, что российский закон о маркировке был подписан президентом Путиным в декабре 2018 года, то есть после одобрения рамочного соглашения ЕАЭС. Само же распоряжение правительства РФ «О модели функционирования системы маркировки товаров» вступило[42] в силу 3 мая 2018 года.

29 марта 2019 года вступило[43] в силу Соглашение о маркировке товаров средствами идентификации в ЕАЭС. Соглашение носит рамочный характер, но прописывает порядок введения маркировки товаров в ЕАЭС. Алгоритм прост: государство вносит предложение в отношении определённого товара на рассмотрение всех стран ЕАЭС, его рассматривают 3 месяца, ЕЭК определяет все технические и процедурные этапы маркировки. Затем решение либо принимается консенсусом, либо две и более страны вводят маркировку на своих территориях в соответствии с национальным законодательством, но в рамках общих принципов.

В каждой из стран — участниц ЕАЭС будет создана информационная система, где будут аккумулироваться сведения из товаросопроводительных документов, в т. ч. о факте совершения сделки, её участниках, наименовании и объёмах товара. Национальные информационные системы будут обмениваться сведениями, необходимыми для прослеживаемости товаров. Таким образом, у контролирующих органов появятся весьма широкие возможности отслеживать движение товарных и денежных потоков на всей территории ЕАЭС.

Несмотря на наличие соглашения, внедрить маркировку товаров в Союзном государстве оказалось делом крайне непростым. Лишь 21 июля 2020 года на заседании Евразийского межправительственного совета ЕЭК

---

[41] ФНС придумала, как остановить ввоз контрафактных шуб. Новая система контроля автоматически покажет все подозрительные транзакции. // «Ведомости». 2016. 1 апреля. URL: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2016/04/01/636014-shemi-vvoza-mehovih

[42] Десять первых по маркам. Правительство утвердило группы товаров для обязательной маркировки. // «Коммерсант». 2018. 3 мая. URL: https://www.kommersant.ru/doc/3619857

[43] Рамочное соглашение ЕАЭС по маркировке товаров вступило в силу. // Office Life. 2019. 29 марта. URL: https://officelife.media/news/9792-the-framework-agreement-on-the-eaec-the-marking-of-goods-entered-into-force/

поручили[44] *разработать базовую технологическую организационную модель системы маркировки продукции, чтобы предотвратить появление новых барьеров на рынке ЕАЭС.*

Подходы к маркировке обуви удалось унифицировать благодаря решению Совета ЕЭК № 72 «О введении маркировки обувных товаров средствами идентификации»», которое вступило в силу сентябре 2019 года. А вот настоящим камнем преткновения стала маркировка молокопродуктов — вокруг неё развернулось противостояние как внутри России между бизнесом и чиновниками, так и между бюрократией России и Беларуси.

Техперевооружение белорусских молокоперерабатывающих предприятий для нанесения кодов маркировки молочной продукции обойдётся[45] примерно в 41,4 млн белорусских рублей, а ежегодные затраты на приобретение и нанесение кодов составят от 63 млн до 102,4 млн белорусских рублей.

Тем не менее 15 сентября Совет Евразийской экономической комиссии достиг принципиальных договорённостей о введении маркировки отдельных видов молочной продукции по мере готовности стран-членов.

С 1 июля 2020 года маркировка будет распространена на молоко и сливки со сроком хранения менее 28 дней, сыр, сливочное масло, молочные пасты, творог и безалкогольные напитки с молочным жиром. А с 1 октября 2021 года — на пахту, йогурт, кефир, сгущённое молоко и прочую продукцию.

С 1 января 2021 года на территории ЕАЭС будет введён запрет на оборот немаркированных товаров лёгкой промышленности, с 1 октября 2020 года — немаркированных духов, туалетной воды и фотокамер, с 1 декабря 2020-го — шин и пневматических резиновых покрышек.

Выводы

Для бизнеса введение маркировки является бременем и фактически квазиналогом, извлечь выгоду от которого смогут лишь крупные производители, да и то не все и не сразу. Ключевое преимущество, которое декларируют создатели системы маркировки и прослеживания, — возможность экономить на анализе big data и зачистить рынок от контрафактной продукции.

Однако тотальная маркировка неизбежна. Причина не в лоббистских возможностях оператора ЦРПТ или «Белбланкавыд», а в политической воле. Чиновники хотят добиться прозрачности товарных рынков, что без маркировки сделать невозможно — система ЕГАИС с тотальной легализацией рынка алкогольной продукции не справилась. Впрочем, нет никаких гарантий, что с этой задачей на 100 % справится маркировка.

Поэтому категории товаров, подлежащие маркировке, будут расширяться. Полезной была бы маркировка в промышленности. Замминистра промышленности Виктор Евтухов в ноябре 2018 года заявлял о том, что авиационные и автомобильные запчасти (производители последних и так маркируют свою продукцию), а также трубы должны маркироваться «в обязательном порядке». Инициативу маркировать трубы Евтухов объяснил проблемой контрафакта: трубы, которые подлежат замене, обрабатываются и «снова закладываются, а иногда закладываются как новые». По его словам, код, возможно, будет наноситься лазером.

Порядка 30 % рынка напорных труб из полиэтилена являются подделкой. А по оценкам Фонда развития трубной промышленности (ФРТП), 75 % демонтируемых нефте- и газопроводных труб нелегально используются

---

[44] В ЕАЭС введут маркировку по определённым стандартам. // Office Life. 2020. 21 июля. URL: https://officelife.media/news/18827-the-eeu-will-introduce-labelling-on-certain-standards/

[45] Введение обязательной маркировки молочной продукции в Беларуси вызовет её подорожание на 9 %. // Office Life. 2020. 8 июля. URL: https://officelife.media/news/18467-the-introduction-of-mandatory-labelling-of-dairy-products-in-belarus-will-cause-its-price-increase-o/

повторно — в строительстве и ЖКХ, что приводит к авариям. Потери трубного бизнеса ФРТП оценивает в 30–40 млрд руб. в год.

Проблема и с кабельной продукцией: до 70 % кабельно-проводниковых изделий, используемых в строительстве, — фальсификат[46]. К такому выводу пришли, например, в Свердловской области, проверив в 2018 году 16 строительных объектов.

Тотально маркироваться должны и комплектующие для различной сложной техники, например ракетной. В 2012 году стало известно, что фирма бывшего замгендиректора РКК «Энергия» Михаила Фирстова, получив госзаказ на 14 млн долларов, подделывала[47] в самарских гаражах комплектующие для ракетно-космических комплексов.

Поэтому куда разумнее маркировать промизделия, а не товары бытового назначения, особенно скоропортящиеся и те, что пользуются ежедневным высоким спросом у населения (за исключением подакцизных товаров). Впрочем, у Роспотребнадзора и Минсельхоза наверняка есть свои аргументы в пользу необходимости маркировки молочной продукции.

Что же касается текущего перечня товаров, подлежащих маркировке, то и в России, и в Белоруссии он не всегда составлен не в интересах товаропроизводителей. В случае с Россией главными выгодополучателями от маркировки станут Госзнак как производитель различных бирок и ЦРПТ как оператор системы. В РБ же в выигрыше остаётся государство, которое использует маркировку как одну из схем по обложению бизнеса неналоговыми платежами.

Поэтому если исходить из необходимости гармонизации систем маркировки в РФ и РБ, то перечень маркируемых товаров нужно будет существенно пересмотреть, а стандарты в маркировке привести к единому знаменателю.

Сама же маркировка должна быть в первую очередь средством для защиты интересов потребителей и производителей товаров.

Последние должны понимать, что затраты, которые они понесут от внедрения систем маркировки и их эксплуатации, окупятся когда напрямую (в виде льготных кредитов), а когда опосредованно (после «обеления» рынков и выдавливания с него контрафактной продукции). Проще говоря, маркировка нужна не ради самой маркировки и заработка операторов систем, а ради защиты потребителей и отечественного товаропроизводителя.

---

[46] Когда безопасность важнее цены. // «Эксперт». 2018. 30 ноября. URL: https://expert.ru/2018/11/30/kogda-bezopasnost-vazhnee-tsenyi/

[47] Гаражного ракетостроителя запустили в колонию. Вынесен приговор по делу о поставках контрафактной продукции для Роскосмоса. 2014. 10 сентября. URL: https://www.kommersant.ru/doc/2563454

2050 СОНАР

Союз · Россия · Беларусь · Фабрика смыслов · Нарратив · Кооперация · Интеграция · Политэкономия · Идентичность · Будущее · Прогноз · Анализ · Обороноспособность · Наука и техника · Промышленность · Культура · Точки роста

«Научно-исследовательский центр проблем интеграции стран-участниц Евразийского экономического союза "Союзный нарратив 2050"»

Российская Федерация, 143180, Московская область, г. Звенигород, мкр. Пронина, д. 2, офис 12

Директор — Боков Василий Сергеевич. Тел.: 8-916-120-07-08. E-mail: vb@sonar2050.org

Шеф-редактор — Уралов Семён Сергеевич. Тел.: 8-916-215-72-02. E-mail: uralov@sonar2050.org

Глава аналитического бюро — Лизан Иван Юрьевич. Тел.: 8-999-714-12-40. E-mail: lizan@sonar2050.org