

DOI: 10.18572/3034-2341-2024-1-1-28-33

Применение цифровых технологий торговыми организациями при работе с государственной информационной системой мониторинга товаров

Семина Александра Александровна

студентка 4-го курса направления «Торговое дело»,
Высшая школа экономики и бизнеса

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва
9102709@mail.ru

Ильяшенко Светлана Борисовна

кандидат экономических наук, доцент,

доцент базовой кафедры торговой политики,

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва
ilyashenko.sb@rea.ru

Аннотация. На данном этапе развития экономики в России на рынке товаров и услуг присутствует большое количество производителей, каждый из которых стремится увеличить свои финансовые результаты. Это приводит к тому, что часть участников рынка нарушают законодательство в части безопасности и качества товаров. Для борьбы с распространением некачественной продукции и защиты интересов конечных потребителей в России была запущена национальная система маркировки «Честный знак». Она предполагает обязательное нанесение на товары средств идентификации, т.е. коды маркировки. Код маркировки является уникальным для каждой единицы товара или агрегированной упаковки и содержит информацию о производителе, дате и месте производства, сроке годности и др.

Ключевые слова: обязательная маркировка товаров, система мониторинга, «Честный знак», оборот маркированных товаров

JEL classification: L81

ВВЕДЕНИЕ

С момента запуска «Честного знака» производители товаров, подлежащих маркировке, а также импортёры, оптовые и розничные продавцы стали участниками государственной информационной системы мониторинга товаров (ГИС МТ).

Данная информационная система является государственной, её разработали в целях автоматизации процессов сбора, обработки и хранения информации об обороте маркированных товаров, обеспе-

чения доступа к ней, ее предоставления и распространения¹.

Введение обязательной маркировки товаров серьёзно повлияет на организацию бизнес-процессов производителей, дистрибьюторов и ретейлеров [5, с.208]

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Предпосылками для внедрения системы прослеживая товаров стали сле-

¹ Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

дующие факторы: значительный объем продукции, произведённой и импортированной нелегально; отсутствие налоговых отчислений в государственный бюджет из-за нелегального товарного оборота; фальсификация популярных брендов, что способствует падению их репутации; наличие угрозы жизни и здоровью человека, возникающей из-за фальсификации товаров [1, с.8].

Экономические эффекты от внедрения цифровой маркировки весьма существенны как для отдельных компаний, так и национальных экономик в целом. В странах, где внедрена цифровая маркировка, количество фальсификата снизилось на 30–40 % [8, с.14].

Актуальность введения обязательной цифровой маркировки для некоторых видов товаров обусловлена возросшим количеством фальсификаций и развивающимися цифровыми технологиями, направленными на осуществление контроля за оборотом товаров [7, с.25].

Л.Н. Сморгочкова в своей статье отмечает, что не только как средство контроля над производителями, импортерами, межрыночным рынком и борьбой с контрафактной продукцией, но и как инструмент административно-правового воздействия на экономические отношения в целом [6, с.44].

Количество преступлений, связанных с незаконным оборотом товаров, входящих в перечень и подлежащих обязательной маркировке, ежегодно растёт. Такие товары реализуется крупными партиями под видом маркируемого товара, что наносит большой ущерб экономике государства, подвергает опасности жизнь и здоровье граждан [9, с. 112].

С развитием маркировки происходит снижение риска продажи нелегальной продукции, а также с позиции потребителей в ряде случаев улучшаются качественные характеристики товаров, а с позиции государства — пополнение бюджетных доходов [10]

Используемые высокие технологии в современном социально-экономическом развитии предоставили не только множество возможностей для производства и реализации разнообразной продукции, но и позволили по-новому взглянуть на информационную осведомлённость покупателя [11, с.55].

Однако применение обязательной маркировки товаров полностью не защищает от проникновения на рынок контрафактной продукции. Так, В.Б. Вишневецкий в своём исследовании делает вывод о том, что система маркировки «Честный знак» не оправдывает своего предназначения. В частности, она совершенно не работает в отношении молочной продукции. Сегодня «Честным знаком» маркируются и товары, выпущенные добросовестными производителями, и подделки [12, с.22].

Таким образом, обязательный переход к цифровой системе маркировки и прослеживаемости товаров неизбежно вызывает потребность во внедрении и оптимизации процессов ЭДО на предприятиях, участвующих в товарообороте маркируемой продукции [13, с.41].

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

При выполнении исследования применены методы анализа и синтеза.

ДИСКУССИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Для субъектов рынка, участвующих в обороте маркированных товаров, существует несколько обязательных для выполнения условий. Для оптовых и розничных торговых организаций такими условиями являются: регистрация в ГИС МТ, возможность обмениваться документами в электронном формате, т.е. использование электронного документооборота (ЭДО), программное и аппаратное обеспечение для учёта и продажи маркированного товара. Для выполнения данных условий торговые организации применяют различные цифровые решения и технологии.

Таблица 1
Цифровые технологии, используемые организациями-участниками оборота маркированных товаров в бизнес-процессах

Бизнес-процесс	Используемые цифровые технологии
Приёмка товаров	Электронный документооборот для товаросопроводительных документов, сканеры и/или терминалы сбора данных
Учёт товаров	Программное обеспечение, позволяющее вести учёт маркированных товаров
Оптовая продажа товаров	Электронный документооборот для товаросопроводительных документов, сканеры и/или терминалы сбора данных
Розничная продажа товаров	Онлайн-касса, сканер, фискальный накопитель с возможностью отражения в кассовом чеке признака маркированного товара [4]

Еще до начала работы с маркированным товаром торговая организация должна зарегистрироваться в Государственной информационной системе мониторинга товаров, указать реализуемую товарную группу из перечня товаров, подлежащих маркировке, и оператора электронного документооборота. Использование ЭДО является обязательным, т.к. сведения об операциях с маркированным товаром в ГИС МТ подаются оператором ЭДО. Торговая организация также может самостоятельно подавать сведения в ГИС МТ через свой личный кабинет на портале информационной системы.

На данный момент большинство операторов ЭДО позволяют работать

с ГИС МТ. Важным условием является, что при оптовой продаже товаров и покупатель, и продавец должны быть зарегистрированы в ГИС МТ и иметь настроенный электронный документооборот между собой. Данные о продаже маркированного товара отправляются оператором ЭДО в ГИС МТ после подписания товаросопроводительных документов с обеих сторон.

Для осуществления розничных продаж маркированного товара торговая организация должна применять контрольно-кассовую технику. Код маркировки на товаре сканируется в чек при осуществлении реализации. В чеке должен отразиться признак того, что товар подлежит обязательной маркировке средствами идентификации. При закрытии чека, данные о продаже товара отправляются в ГИС МТ оператором фискальных данных.

Торговой организации, являющейся участником оборота маркированных товаров, как правило, требуется соответствующее программное и аппаратное обеспечение. Аппаратное обеспечение представляет собой совокупность технических средств, используемых при работе с маркированными товарами. К ним относятся сканеры, способные считывать контрольные идентификационные знаки, терминалы сбора данных, контрольно-кассовая техника.

Для работы с маркированным товаром может использоваться большинство популярного программного обеспечения: различные конфигурации 1С, Система бухгалтерской и складской отчетности (СБИС), различные проекты ГК СКБ Контур.

Национальная система маркировки «Честный знак» имеет различные преимущества для участников рынка. Для потребителей они выражаются в контроле безопасности и качества товаров и дополнительной защите их прав. Для государства преимуществами являются: увеличение информации о рынке товаров и получение дополнительных возможностей его контроля, увеличение

налоговых поступлений в бюджет. Для торговых организаций преимущество заключается в гарантии добросовестности производителей и качестве товаров. Также Национальная система маркировки стимулирует развитие цифровых технологий для бизнеса и увеличивает масштаб их применения². При этом во время внедрения информационной системы маркировки товаров часть участников рынка сталкивается с рядом сложностей.

У торговых организаций при начале работы с маркированными товарами нередко возникают трудности, связанные с несоответствием применяемых ими цифровых технологий условиям маркировки. Это может выражаться в отсутствии необходимого программного и аппаратного обеспечения или необходимости их модификации под требования работы с маркированным товаром.

Выбор торговой организацией характеристик и необходимых функций программ и оборудования для работы с маркировкой зависят от ряда факторов. К ним относятся: размер торгового предприятия, форма продажи товаров, широта ассортимента и др. Так, для несетевого розничной торговой организации будет достаточно ЭДО, программного обеспечения, позволяющего осуществлять учёт маркированных товаров, и ККТ со сканером кодов маркировки. Для крупных компаний потребуются также функции переоценки товара, полного управления бухгалтерским учётом и возможности передачи больших объёмов информации [3].

Дополнительные сложности вызывает специфика некоторых программ для работы с маркировкой: отсутствие полной инструкции, необходимость доплаты за каждую необходимую функцию программы и частичная несовместимость с товароучётным программным обеспечением торговой организации. Это влечёт

за собой свои маркировки, срыв сроков маркировки и фальсификацию продукции или его учёта. Кроме того, включение товарной группы в список товаров, подлежащих обязательной маркировке, неизбежно приводит к увеличению издержек обращения торговой организации. Соответственно, происходит повышение цены для конечных потребителей.

Для сокращения трудностей, с которыми сталкиваются торговые организации при внедрении «Честного знака», существует несколько возможных решений. Одним из наиболее перспективных является повышение информационного обеспечения за счёт создания открытого информационного пространства, где предприниматели могли бы найти информацию или поделиться опытом использования того или иного цифрового решения, а разработчикам выявить и доработать части программ, вызывающие трудности при их использовании.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, внедрение национальной системы маркировки «Честный знак» имеет ряд преимуществ. Маркировка товаров способствует защите потребителей и борьбе с некачественной продукцией. Маркировка товаров играет важнейшую роль в защите прав потребителей и борьбе с недобросовестными производителями и продавцами. Это комплексный инструмент, который служит не только для идентификации подлинности товаров и борьбы с контрафактом, но и помогает покупателям легко и быстро определить подлинность приобретаемых товаров. Штрих-коды, QR-коды и специальные защищённые этикетки обеспечивают чёткую идентификацию подлинных товаров, отличая их от контрафактной продукции. Также маркировка товаров включает в себя информацию о производителе, дате производства, составе и других важных характеристиках. Системы маркировки интегрированы с электронными базами

² Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р (ред. от 16.11.2023) «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации»

данных, где хранятся детальные сведения о каждой единице товара. Это позволяет потребителям в режиме реального времени получить точные данные о происхождении и качестве продукции, обеспечивая её безопасность и соответствие заявленным стандартам.

Потребитель получает дополнительную информацию для осознанного выбора товаров, т.к. маркировка товаров не ограничивается только идентификацией и контролем качества, потому что является источником дополнительной информации для потребителей, такой как срок годности, состав, производственные стандарты и т.д. Эта информация позволяет покупателям принимать взвешенные решения при выборе товаров, учитывая свои индивидуальные потребности, предпочтения и вопросы здоровья.

Цифровизация маркировки товаров значительно упрощает проверку достоверности и происхождения товара. Покупателям не нужно полагаться на неподтверждённые заявления продавцов или проводить самостоятельные исследования. Достаточно просканировать или распознать код или метку, нанесённую на товар, чтобы получить мгновенный доступ к официальной информации о продукте.

Маркировка товаров также имеет большое значение для защиты прав интеллектуальной собственности. Нанесение оригинальных логотипов, торговых марок или других идентифицирующих символов на упаковку помогает производителям защищать свои права и бороться с недобросовестными конкурентами.

Маркировка товаров обеспечивает прозрачность и достоверность информации о продукте, предотвращая введение потребителей в заблуждение. Чёткое и понятное информирование позволяет покупателям делать осведомлённый выбор, основываясь на фактических сведениях.

Отметим, что маркировка товаров используется не только для защиты потребителей, но и для оптимизации логистических процессов. Уникальные идентификаторы облегчают отслеживание продукции на всех этапах цепочки поставок, предотвращая потери и нецелевое использование.

И наконец, маркировка товаров играет важную роль в предотвращении распространения некачественной и опасной продукции. Чёткие и заметные предупреждения на упаковке предупреждают потребителей о потенциальных рисках для здоровья и безопасности, способствуя безопасному использованию товаров.

Итак, одним из наиболее важных среди них является стимулирование развития цифровых технологий и повышение цифровизации рынка. Однако с этим преимуществом связаны и сложности, возникающие в торговых организациях при начале работы с маркированными товарами. Для уменьшения трудностей при использовании цифровых технологий для работы с маркированными товарами может быть использовано создание специализированного информационного пространства для обмена опытом между участниками государственной системы мониторинга маркировки товаров.

Список литературы

1. Голубенко О.А. Цифровизация маркировки потребительских товаров / О.А. Голубенко, Э.В. Финаенова, О.Ю. Свекольникова [и др.] // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2020. № 3 (82). С. 7–11.
2. Махмудов В.В. Внедрение системы обязательной маркировки товаров «Честный знак» / В.В. Махмудов, Ю.А. Салтыкова // Бизнес-образование в экономике знаний. 2023. № 2 (25). С. 54–56.
3. Надвоцкая В.В. Проблемы внедрения информационной системы маркировки товара / В.В. Надвоцкая, Е.А. Енгбарян // Ползуновский альманах. 2022. № 4–1. С. 62–65.
4. Пушило А.П. Маркировка товаров и контрольно-кассовая техника / А.П. Пушило // Право и современная экономика: новые вызовы и перспективы : материалы II научно-практической конференции с международным

- участием юридического факультета СПбГЭУ (г. Санкт-Петербург, 09 апреля 2019 г.) : сборник научных статей / под научной редакцией Н.А. Крайновой. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. С. 338–340.
5. Осипов, А. В. Инновационные технологии в ретейле: обязательная маркировка товаров / А. В. Осипов // Управление продажами. 2019. № 3. С. 208–212.
 6. Сморчкова, Л. Н. Обязательная маркировка товаров средствами идентификации как инструмент административно-правового воздействия на экономические отношения / Л.Н. Сморчкова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. 2021. Т. 21. № 2. С. 44–50.
 7. Воробьева В.П. Применение цифровой маркировки в целях совершенствования таможенного администрирования в современных условиях / В.П. Воробьева // Новизна. Эксперимент. Традиции (Н.Экс.Т). 2022. Т. 8. № 4 (20). С. 24–31.
 8. Маркировка — цифровой код честного бизнеса // Молочная промышленность. 2019. № 1. С. 14–16.
 9. Сидоренко О.В. Маркировочные обозначения как защита товара от фальсификации: криминалистические аспекты / О.В. Сидоренко // Вестник Дальневосточного юридического института МВД России. 2023. № 2 (63). С. 112–117.
 10. Долганова Я.А. Роль маркировки товаров в борьбе с контрафактной продукцией / Я.А. Долганова, Д.В. Пашегорова // Исследование проблем экономики и финансов. 2023. № 2.
 11. Сидоров С.А. Маркировка как инструмент повышения конкурентных преимуществ компаний и защиты интересов потребителей / С.А. Сидоров // Региональный экономический журнал. 2022. № 1 (32). С. 55–63.
 12. Вишневецкий В.Б. Цифровая маркировка не защищает потребителей от поддельной продукции / В.Б. Вишневецкий // Контроль качества продукции. 2023. № 12. С. 22–25.
 13. Сазанова Л.А. Использование электронного документооборота при передаче маркированной продукции / Л.А. Сазанова, И.В. Кибисов // Общество. 2023. № 1–1 (28). С. 43–46.

The use of digital technologies by trade organizations when working with the state information system for monitoring goods

Alexandra Alexandrovna Semina

Bachelor of the 4th year «Trade Business», Higher School of Economics and Business
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow
9102709@mail.ru

Svetlana Borisovna Ilyashenko,

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Basic Department of Trade Policy,
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow
ilyashenko.sb@rea.ru

Abstract: At this stage of economic development in Russia, there are a large number of manufacturers on the market of goods and services, each of which seeks to increase its financial results. This leads to the fact that some market participants violate the legislation regarding the safety and quality of goods. In order to combat the spread of low-quality products and protect the interests of end consumers in Russia, the national labeling system «Honest Mark» was launched. It involves the mandatory application of identification means to the goods, i.e. marking codes. The marking code is unique for each product unit or aggregated package and contains information about the manufacturer, date and place of production, expiration date, etc.

Keywords: mandatory labeling of goods, monitoring system, «Honest mark», turnover of labeled goods.