Существующие же различия в учете материально-производственных запасов в российских и международных стандартах объясняются особенностями законодательной и нормативной базы России. В России финансовая отчетность, составленная в соответствии с ПБУ, принята большинством крупных российских компаний. Финансовая отчетность по МСФО составляется в дополнение к отчетности, составляемой в соответствии с ПБУ, на консолидированной основе и предназначается для инвесторов и крупных кредиторов. Самым важным отличительным признаком МСФО от ПБУ является их ориентированность на различных пользователей. Отчетность, составленная с соблюдением норм ПБУ ориентирована исключительно на государство, а с сформированная в соответствии правил МСФО – на инвесторов.

1. Алиева Н.М. Особенности проведения инвентаризации материальных запасов и отражение результатов в учете казенных учреждений // Актуальные вопросы современной экономики. - 2014. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://www.vaael.ru/> (дата обращения: 01.04.2020).
2. Ахметова Ю.С. Сравнительный анализ МСФО и ПБУ по учету материально-производственных запасов [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://jurnal.org/articles/2010/ekon34.htm> (дата обращения: 05.04.2020).
3. Бровкина Н. Сходства и различия в учете запасов по МСФО и РСБУ [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.msfo-soft.ru/> (дата обращения: 03.04.2020).
4. Долгова Ю. В. Сравнительный анализ ПБУ 5/01 и МСФО № 2 по учету материально-производственных запасов // Молодой ученый. — 2016. — №30. — С. 188-191. — URL <https://moluch.ru/archive/134/37465/> (дата обращения: 23.03.2020).
5. Кирия Е. Г. Сравнительный анализ МСФО (IAS) 2 «Запасы» и ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» // Academy. 2016. №12 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 30.03.2020).
6. Миславская, Н.А. Международные стандарты учета и финансовой отчетности : учебник / Н.А. Миславская, С.Н. Поленова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 370 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения: 29.03.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01245-7. – Текст : электронный.

Холбан О.

Цифровая маркировка товара как защита от контрафакта

*Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и
Николая Григорьевича Столетовых
(Россия, Владимир)*

doi: 10.18411/lj-05-2020-110

idsp: ljjournal-05-2020-110

Аннотация

В статье рассматривается такой проект, как внедрение цифровой маркировки на всей территории России. Уникальный цифровой код будет присваиваться каждому товару, благодаря криптографии он будет устойчив к фальсификации. В статье приведено понятие Data Matrix кода, который присваивается каждому товару. При производстве код будет наноситься один раз. Представлены основные отличия цифровой маркировки в России и за рубежом. Также в статье приведены этапы в системе цифровой маркировки. В статье приведены списки товаров, которые в обязательном порядке подлежат цифровой маркировке. Производители будут маркировать только новую продукцию. Нанесение кодов идентификации на остатки товара ляжет на плечи розницы. Данная система маркировки благоприятно отразится на всех. Государство увеличивает прозрачность рынков и повышает собираемость налогов, из-за роста доли рынка легальные производители получают более высокую выручку, эффективность бизнес-процессов повысится, потребитель же, приобретая товар, не будет сомневаться в его качестве.

Ключевые слова: цифровая маркировка, Data Matrix код, система «Честный знак», фальсификация, подлинность товара.

Abstract

The article discusses a project such as the introduction of digital labeling throughout Russia. A unique digital code will be assigned to each product, thanks to cryptography, it will be resistant to falsification. The article presents the concept of Data Matrix code that is assigned to each product. During production, the code will be applied once. The main differences between digital marking in Russia and abroad are presented. The article also shows the stages in the digital marking system. The article contains lists of products that must be digitally labeled. Manufacturers will only label new products. The application of identification codes on the product remains will fall on the shoulders of retail. This marking system will have a positive impact on everyone. The state increases the transparency of markets and increases the collection of taxes. due to the growth of the market share, legal producers will receive higher revenue, the efficiency of business processes will increase, and the consumer will not doubt the quality of the product when purchasing it

Keywords: digital marking, Data Matrix code, "Honest mark" system, falsification, product authenticity.

В последние годы внедрение единой цифровой маркировки на территории всей России стало одной из самых заметных тем. Данный проект является уникальным, поскольку позволяет создать единую систему проверки подлинности товаров, не имеющую мировых аналогов, тем самым станет надежной защитой здоровья и жизни граждан страны. [4]

По факту это уникальный QR-код, который наносится на продукцию или ее упаковку. Каждому товару, подлежащему идентификации, присваивается номер, который позволяет определить его местонахождение, начиная от отбытия с производства, заканчивая доставкой конечному покупателю. Все данные поступают в государственную информационную систему мониторинга за оборотом товара (ГИС МТ).

С целью сокращения объема теневой экономики, борьбы с нелегальной продукцией, роста числа поступления налогов в бюджет правительством страны было принято решение по созданию системы цифровой маркировки товара до 2024 года. [3]

В 2020 году перечень продукции, которая подлежат обязательному нанесению средств идентификации, существенно расширится. Для участников рынка это не будет неожиданностью, еще в 2019 году был проведен ряд экспериментов по маркировке отдельных групп товаров.

С точки зрения формата реализации данный проект является также уникальным, поскольку в сфере информационных технологий в России это первое государственно-частное соглашение.

Частным инвестором в нем выступает назначенный единым оператором системы Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ) - совместный проект компаний USM (50 процентов), «Ростех» (25 процентов) и "Элвис-Плюс групп" (25 процентов). Оператором создается передовая цифровая система маркировки для реализации поставленных правительством задач для отслеживания товаров под названием «Честный знак».

Проект по созданию системы гарантии подлинности товара не имеет мировых аналогов.

Уникальный цифровой код присваивается каждому товару, благодаря отечественной криптографии он устойчив к фальсификации. Данный код на протяжении всей логистической цепи позволяет отслеживать путь товара. [5]

Цифровая маркировка предполагает, что на каждой упаковке лекарств, на каждой бутылке или пачке сигарет размещается Data Matrix код, который позволяет эффективно бороться с контрабандой и контрафактом.

Data Matrix код представляет собой уникальный ключ к информации о товаре в базе данных системы «Честный знак».

При производстве товаров код наносится один раз. Через мобильное приложение можно войти в систему и получить доступ к информации о товаре, такой как: время и дата производства, месте производства, сроке годности, процесс перехода товара от собственника к собственнику. [2]

В данный код вкладываются сложные криптографические технологии, поэтому его практически невозможно подделать.

Из двух частей состоит Data Matrix код:

- идентификационный код – определяет позицию товара в едином каталоге товара и определяет позицию товара;
- код проверки, который генерируется оператором.

В системе «Честный знак» товар будет фиксироваться на каждом этапе движения. Это позволит получать достоверную информацию о сроках годности товара. [4]

Данная система цифровой маркировки товаров в России существенно отличается от других стран. Единый центр эмиссии кода является основным отличием, когда одна компания отвечает за выпуск кода в рамках партнерства с государством. В зарубежных странах свой код выпускает каждое предприятие. [3]

Рассмотрим этапы в системе цифровой маркировки:

- на товар наносится уникальный Data Matrix код на уровне импортера-производителя;
- от завода до потребителя на уровне логистики фиксируется весь путь товара;
- в магазине на полке размещают товар только после сканирования Data Matrix кода, что исключает возможность подделки;
- при продаже товара через кассу также исключена возможность продажи контрафактного товара. В момент продажи при сканировании товара ОФД в систему маркировки сообщает о том, что товар выбыл;
- потребитель же с помощью приложения «Честный знак» имеет возможность выявления нелегального товара и осуществления общественного контроля. [5]

В системе маркировки должна будет зарегистрироваться каждая организация, участвующая в обороте. Импортер или производитель товара должен заказывать коды, соответственно уметь их наносить.

После того, как производитель заказал код, нанес и зарегистрировал в системе, что он ввел его в оборот, можно проследить, через кого и куда он был перемещен, до самого конца, когда происходит продажа через кассу и код выбывает из оборота.

Схема может усложняться, например, если код выбывает из оборота не через кассу: списание товара, хищение, брак, порча, возвраты и т.д. [1]

За генерацию кодов отвечает Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ), который выпускает их по прямому запросу от производителя. С 2020 года эта услуга становится платной: каждый цифровой номер – по 50 копеек без учета НДС.

Как будет происходить цифровая маркировка товаров:

- производитель запрашивает код у генератора системы,
- все операции с маркированным товаром начинают отслеживаться через «Честный знак»,
- при продаже или списании продукции код выводится из оборота.

Подделать или повторно использовать цифровой код нельзя. Сведения о продаже поступают от операторов, фискальных данных (ОФД) и электронного документооборота (ЭДО). Оформление выбытия товара для розничной и оптовой продажи происходит по-разному: для розницы – через контрольно-кассовый аппарат (ККТ), для оптовиков – через универсальный передаточный документ (УПД).

Обязательная маркировка товаров стартовала еще в 2019-ом. Для некоторых категорий продукции она проводилась как эксперимент на добровольной основе, но в 2020 году список маркируемых единиц существенно пополнится.

На данный момент нанесение уникальных кодов необходимо для следующих товаров:

С 2019 года:

- табачная продукция,
- обувь,
- лекарственные препараты.

Исключение составит обувь, которая:

- продается в магазинах duty free;
- возвращена розничному продавцу покупателями (при хранении и транспортировке такой обуви); хранится у производителя;
- произведена в целях вывоза в государства ЕАЭС (временно, пока не введена отдельная маркировка).

Любое использование материалов допускается только при наличии гиперссылки.

С 2020 года:

- фотокамеры (за исключением кинокамер) и фотовспышки,
- духи и туалетная вода,
- шины и автопокрышки,
- изделия легкой промышленности.

Подробную информацию по срокам ввода обязательной маркировки на отдельные группы продукции можно посмотреть на сайте «Честный знак».

В планах Правительства – ввести к 2024 году обязательную маркировку для всей потребительской продукции. Система отслеживания к этому времени станет общей для России и ЕАЭС.

Маркировка товара – это протестированный и реализованный на практике процесс, поэтому все инструменты для его применения уже знакомы рынку. Для розницы можно выделить три основных изменения, которые напрямую затронут цепочку продаж:

Производители будут маркировать только новую продукцию. Нанесение кодов идентификации на остатки товара ляжет на плечи розницы.

Для работы по установленным правилам потребуются использовать систему электронного документооборота, через которую будет происходить обмен документами по поставке.

При приеме новой партии товара необходимо будет его сканировать и сверять данные.

Продажа должна сопровождаться фискальным документом и отправкой данных в ОФД.

Подводя итог, стоит отметить, что данная система маркировки благоприятно отразится на всех. Государство увеличивает прозрачность рынков и повышает собираемость налогов, из-за роста доли рынка легальные производители получают более высокую выручку, эффективность бизнес-процессов повысится, потребитель же, приобретая товар, не будет сомневаться в его качестве.

1. Гончаров, В. Д. Маркетинг продовольственных товаров в России / В.Д. Гончаров. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 176 с.
2. Деликатная, И. О. Безопасность товаров (продовольственных) / И.О. Деликатная, И.Ю. Ухарцева. - Москва: ИЛ, 2019. - 256 с.
3. Николаева, М. А. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров / М.А. Николаева, М.А. Положишникова. - М.: Форум, Инфра-М, 2019. - 464 с.
4. Позняковский, В. М. Безопасность продовольственных товаров (с основами нутрициологии). Учебник / В.М. Позняковский. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 272 с.
5. Чехонадских, И.И. Исследование маркировки товаров как средства идентификации при совершении таможенных операций. Монография / И.И. Чехонадских. - М.: КноРус, 2019. - 112 с.