

«Честный знак» пополнится новыми категориями

Регистрация муки и макарон в системе скоро станет обязательной

В этом году перечень товаров, подлежащих обязательной цифровой маркировке, опять увеличится. Новые требования затронут широкий спектр бакалейной продукции, включая муку и макаронные изделия. Через процедуру уже прошли безалкогольные напитки, пиво, молочная продукция, икра, подсолнечное масло. Участники рынка отмечают, что далеко не всегда процесс внедрения проходил гладко, однако система маркировки — это новая реальность, к которой необходимо адаптироваться.

→ Галина Денисова



В конце февраля правительство утвердило расширение перечня товаров, подлежащих обязательной цифровой маркировке в системе «Честный знак». Новые требования затронут широкий спектр бакалейной продукции, включая муку, крупы и макаронные изделия. Согласно постановлению кабинета министров, опубликованному на официальном портале правовой информации, процесс внедрения будет поэтапным. Уже с 1 марта 2026 года производители указанных категорий продукции обязаны зарегистрироваться в государственной системе мониторинга, а непосредственное нанесение кодов маркировки начнется осенью. С 1 сентября требования станут обязательными для меда, макаронных изделий, зерновых продуктов для завтрака и картофеля быстрого приготовления, с 1 декабря — для муки (включая смеси для приготовления выпечки), различных круп, а также сухих смесей для супов и каш. Данная мера реализуется в рамках Стратегии государственной политики в области защиты прав потребителей до 2030 года и направлена на снижение доли нелегального оборота и фальсификата на рынке бакалеи. Как и ранее, предполагается, что маркировка «Честный знак» убережет с рынка контрафактную (поставляемую без уплаты налогов) и поддельную продукцию. Кроме того, посредством QR-кода потребитель может выяснить все данные о продукции и ее производителе и пожаловаться на ненадлежащее качество.

Дорого не будет?

Доля нелегального оборота в товарной группе «Крупы, макароны, мука, мед» составляет 17 %, ссылается на данные Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) Центр развития перспективных технологий (оператор системы «Честный знак»). «Это значит, что каждая шестая упаковка может быть либо контрафактной, либо произведенной с нарушениями. Именно такой рынок мы наблюдали в молочке, икре и воде до введения маркировки — и именно такие проблемы си-

стема научилась решать», — комментирует представитель организации.

Сами производители от инициативы не в восторге. «Мы не ждем от этой меры никакого положительного эффекта, так как в розницу поступает не более 2 % общего производства муки, — поясняет президент Российского союза мукомольных и крупяных предприятий Игорь Свириденко. — Федерального бренда муки нет, они все локальные. Значительное количество фасованной продукции поступает через сети, а у них достаточно строгий отбор поставщиков и контроль поставок».

В макаронной отрасли количество контрафактной продукции — на уровне статистической погрешности, утверждает исполнительный директор Национальной ассоциации производителей макаронных изделий (НАПМИ) Сергей Немировский. А вот с фальсификатом действительно есть проблема, признает он. «Некоторые недобросовестные производители выпускают под видом макаронных изделий группы А (из муки на основе пшеницы твердых сортов) продукцию с высоким содержанием муки из мягкой пшеницы, ее доля превышает 25 %! — сообщает эксперт. — Однако система «Честный знак» с этой проблемой никак не поможет справиться, поэтому особого смысла нагружать бизнес дополнительными затратами сил, времени и средств в довольно сложной экономической ситуации я не вижу».

В Российском союзе мукомольных и крупяных предприятий предварительно посчитали, что инвестиции одной компании в оборудование для маркировки могут достигать 150 млн руб. «Учитывая большой объем капиталовложений на оборудование для «Честного знака», это приведет к неоправданному повышению себестоимости без повышения качества предложения», — считает Свириденко. Кроме того, он не исключает, что внедрение системы прослеживаемости может стать причиной сокращения ассортимента необъемных фасовок круп и сухих завтраков.

Немировский тоже уверен, что введение цифровой маркировки не принесет макаронной отрасли какого-то значимого эффекта, кроме дополнительных расходов на оборудование, персонал и собственно маркировку. Тем более что происходить

это будет параллельно с включением макаронных изделий во ФГИС «Зерно». «У нас еще не решены все проблемы с освоением этой системы прослеживаемости (ФГИС «Зерно»), в которой, кстати, первоначально не предполагалось участия сектора, так как макароны являются продуктом вторичной переработки зерновых культур и изготавливаются из муки, — говорит эксперт. — Хорошо, что нам удалось добиться переноса сроков введения обязательной маркировки для наших производителей с 1 мая на 1 сентября, но это не потому, что мы не хотим прозрачности или являемся противниками маркировки, а в силу необходимости учета специфики производственных процессов в макаронной отрасли».

По расчетам Научно-исследовательского финансового института Минфина, вклад маркировки в конечную стоимость продукции не превышает 1 % — это значительно ниже уровня инфляции и других рыночных факторов, утверждает представитель ЦРПТ. Опыт других товарных групп не подтверждает того, что маркировка негативно сказывается на себестоимости продукции, подчеркивает он. Также оператор «Честного знака» заверяет, что вложения по внедрению маркировки на одно предприятие заметно ниже, чем оценивает союз. «Во-первых, стоимость одного кода маркировки фиксирована, составляет 50 коп. (без учета НДС) и не менялась с 2019 года. Это несуще-

ственная добавка к себестоимости каждой упаковки, — поясняет специалист организации. — Кроме того, государство предоставляет прямые меры поддержки. В частности, Фонд развития промышленности предлагает льготные кредиты по программе «Маркировка товаров» под 5 % годовых на срок до двух лет (сумма займа — от 5 до 50 млн руб.). И после принятия решения со стороны правительства о старте маркировки ЦРПТ запустит компенсацию 50 % затрат на приобретение оборудования для маркировки бакалейной продукции для малых и средних предприятий». Таким образом, даже если компании требуется модернизация линий, существуют механизмы, позволяющие сделать это без ударной нагрузки на бюджет, резюмирует спикер.

Оценить вложения на внедрение системы «Честный знак» не так просто, считает руководитель проектов практики «Потребительский сектор и АПК» Strategy Partners Роман Самойлов. Маркировка товаров для предприятий означает необходимость закупки спецоборудования: сканеров, терминалов сбора данных, принтеров этикеток, серверов для работы с системой, перечисляет он. К дополнительным расходам относится и необходимость оплачивать услуги оператора системы. Негативный эффект от этого в первую очередь чувствуют опять же владельцы малого бизнеса и небольших фермерских предприятий. «Еще одно

последствие — увеличение персонала и IT-инфраструктуры, что также ложится на плечи производителей: по действующим требованиям участники рынка должны передавать большое количество данных в систему и отслеживать движение продукции, — знает эксперт. — На конечную стоимость продукта все это тоже влияет, причем для дешевой продукции (молоко в пакетах, вода) наценка на упаковку из-за кода может быть существенной».

Плюсы не очевидны

Когда маркировка только вводилась, многие смотрели на нее настороженно, признает представитель ЦРПТ. «Сейчас, спустя несколько лет, можно уверенно говорить: система работает и приносит измеримые результаты для всей экономики», — подчеркивает он. Согласно оценке Института государственного и муниципального управления НИУ ВШЭ, общий экономический эффект от внедрения системы «Честный знак» за 2019–2024 годы превысил 1,2 трлн руб., а по предварительным данным — с учетом 2025-го составил 1,6 трлн руб. При этом доля нелегального оборота в маркируемых товарах снизилась в три раза — с 26 до 9 %, приводит данные спикер. Эти показатели складываются из конкретных цифр в каждой товарной группе.

Одной из первых маркировку опробовала на себе молочная отрасль. Система



МАРКИРОВКА НЕ ПОМОГЛА?

Доля фальсификата на молочном рынке



М. ЧИСТЯКОВА

ИСТОЧНИК: РОССЕЛЬХОЗНАДЗОР

практически полностью обелила теневой оборот молочной продукции, отмечает Самойлов. Раньше значительная доля фальсификата (например, продажа пальмового масла под видом сливочного) легально реализовывалась без документов. Теперь каждая упаковка фиксируется на пути от завода до кассы. «За счет сокращения теневого оборота государство получает дополнительные налоговые доходы, а производители — более равные условия конкуренции, — говорит эксперт. — Например, небольшие фермерские хозяйства, которые раньше могли продавать излишки мимо кассы, вынуждены работать официально».

Доля фальсифицированной продукции на молочном рынке за последние пять лет существенно снизилась, сообщил ранее гендиректор Национального союза производителей молока (Союзмолоко) Артем Белов. Но в 2025 году произошел незначительный ее рост из-за возникшего дефицита молочного жира на рынке, причиной которого среди прочего стал резко возросший спрос на сливочное масло, объяснял он. Россельхознадзор в прошлом году называл долю фальсификата молочной продукции на российском рынке рекордной: согласно информации ведомства, 17,7 % проб молока, сыров, творога и сметаны не соответствовали заявленному качеству или были поддельными. Это выше показателей предыдущих лет (см. график на стр. 20).

Оценки Роскачества тоже не указывают на прямую зависимость доли фальсифицированной молочки от введения маркировки. С 2016 по 2025 год ведомство исследовало более 1,3 тыс. торговых марок молочной продукции, и наибольшая доля фальсификата среди них была обнаружена в 2022-м (14 %), наименьшая — в 2019-м (4 %). «Доля фальсификации совокупно составляет 9 % от общего числа исследованных товаров», — сообщила пресс-служба организации. По ее информации, чаще всего за последние 10 лет подделывали сыр для пиццы, сливочное масло (эконом-сегмент), сыры «Гауда» и «Эдам» (эконом-сегмент), ультрапастеризованное молоко и шоколадный пломбир. Фальсификация не была обнаружена в таких категориях, как творожный сыр, сливки, творог, сыр «Маасдам», йогурт без наполнителя, творог для детей, кефир для детей, ряженка, йогурт клубничный питьевой и ложковый, сыр «Тильзитер» (в 2020 году), глазированные сырки, творожная масса, сыры с плесенью «Бри».

Между тем внедрение системы «Честный знак» в молочной отрасли прошло довольно болезненно. Представители сектора ранее рассказывали «Агроинвестору», что затраты на маркировку получаются выше рассчитанных ЦРПТ. Директор «Кизельманн Рус Юг» (производство и продажа техники и оборудования для пищевой промышленности, Калужская область), эксперт «Института молока» Сергей Резуненко приводил «жизненный» пример: «Один из заводов при объеме переработки в сутки 150 т сырого молока потратил только в прямых затратах на принтеры, дополнительный персонал, программное обеспечение, упаковку (при этом произошло снижение производительности фасовочного оборудования) и прочее около 50 млн руб., а ежемесячные платежи за 50-копеечную «марку» составляют от 4 до 6 млн руб.».

У производителей возникали технические накладки, связанные со сбоями интернет-сети, оборудования. «При сдаче продукции в магазин то проблемы со сканером, то батарейки сели, а у нас температура зимой -40°C и машины в очереди стоят», — сетовал директор кемеровской ГК «Деревенский молочный завод» Александр Сухинин. В результате выпускать скоропортящуюся продукцию в условиях маркировки некоторым предприятиям становилось невыгодно, от ее производства отказывались, утверждал он.

Увеличение времени на оформление продукции стало неприятным сюрпризом для компаний, подтверждает Самойлов. «На этапе внедрения маркировки отмечались сложности интеграции с кассами, складскими системами и логистикой, что затрудняло рабочие процессы», — знает он. Непредвиденный эффект был обнаружен и с утилизацией просроченных товаров. Раньше, если магазин возвращал просрочку, завод мог ее переработать. Сейчас для вывода каждого кода из оборота должна быть соблюдена определенная процедура, что создает допол-



«МАГНИТ»

НА ВОДЕ СИСТЕМА СРАБОТАЛА ХОРОШО

По словам представителя ЦРПТ, «впечатляющие результаты» после запуска системы «Честный знак» демонстрирует рынок воды, где маркировка стартовала еще в 2021 году. «За три года легальный рынок воды расширился на 40,9 % — 557 производителей вышли из тени и присоединились к системе, при этом на старте мы считали, что всего работает 1363 производителя, а теперь их уже значительно больше», — рассказывает он. Количество продаж просроченной воды сократилось в 550 раз, а общее число нарушений в 2025 году снизилось на 65 % — до 16,7 млн. Легальное предложение воды выросло на 1 % и достигло 14 млрд л в год. «Особенно важно, что количество легальных производителей детской воды выросло более чем в два раза — с 27 до 64 компаний. Родители теперь могут быть уверены в безопасности продукции для своих малышей», — акцентирует внимание специалист Центра.

нительную нагрузку и требует дополнительного времени, отмечает эксперт.

С точки зрения нагрузки на бизнес и влияния на конечную цену продукции новые системы учета и контроля довольно затратны во всех отношениях для любого бизнеса, комментирует директор Молочного союза России Людмила Маницкая. «В конечном счете оплачивает все это потребитель, — обращает внимание она. — Хотя с точки зрения репутации бренда и ответственности за качество

продукции в той части, где «Честный знак» интегрируется с ФГИС «Меркурий», системы действуют эффективно и обеспечивают биологическую пищевую и производственную безопасность страны».

Наиболее болезненным введением маркировки на молочку стало для КФХ. «Несмотря на отсрочку, система «Честный знак» для малого бизнеса все-таки была введена, и у них появилось еще одно бремя, — говорит вице-президент Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов (АККОР) Ольга Башмачникова. — Фермерам пришлось покупать дополнительное оборудование и нанимать персонал, себестоимость повысилась, бизнес-процесс усложнился, что снизило маржинальность малых ферм, занимающихся переработкой молока. Некоторые хозяйства, у которых были небольшие объемы, просто закрылись. Добавили мотивации к данному решению и ФГИС — непосильная обуза для небольших хозяйств».

В сегменте подсолнечного масла внедрение маркировки прошло менее драматично. Представители масложирового рынка не говорят о серьезных трудностях бизнеса, связанных с внедрением «Честного знака». «С начала запуска системы, по оценкам регулятора, на рынок вышло 172 новых производителя, которые ранее либо не декларировали свою деятельность, либо работали в «серой» зоне, — рассказывает аналитик OleoScore Лилия Варьгина. — Количество официально зарегистрированных произведе-

лей в России выросло на 33 % — с 305 до 477 компаний».

Многие крупные производители прошли процесс внедрения маркировки не один раз, с каждым из сегментов своей деятельности. «В связи с тем, что продуктовый портфель ГАП «Ресурс» является диверсифицированным (включает мясо цыплят-бройлеров, баранину, мясные полуфабрикаты и гастрономию, растительные масла, муку, макаронные изделия, молочную продукцию, куриные яйца и другие позиции), процесс внедрения системы «Честный знак» для разных продуктовых категорий находится на различных этапах», — информирует представитель компании. Маркировка уже внедрена в масложировом и молочном сегментах группы. По макаронным изделиям проводятся эксперименты на базе активов ГАП «Ресурс» в Алтайском крае. Активно обсуждается специалистами компании с компетентными органами и отраслевым сообществом вопрос по запуску системы для мясных изделий (должен стартовать с 1 августа этого года). «Если говорить в целом, то внедрение маркировки ведет к усложнению технологических операций, — констатирует специалист. — Процесс требует установки дорогостоящих линий, модернизации или полной замены действующего оборудования, что приводит к необходимости пересмотра квалификационных требований к обслуживающему персоналу, его дополнительного обучения и увеличения численности».

От экспериментов к практике

В ЦРПТ отмечают, что «Честный знак» и вообще централизованные системы контроля — это общемировой тренд и от него никуда не деться. В процессе работы с разными группами производителей Центр учел их мнение и пожелания. В маркировке появляются новые категории продукции, и сама система тоже совершенствуется. «Внедрение обязательных требований всегда происходит поэтапно, чтобы снизить нагрузку на бизнес и дать возможность плавно адаптировать производственные и логистические процессы, — акцентирует внимание представитель ЦРПТ. — Опыт предыдущих товарных групп по-

казал, что ключевые сложности связаны с двумя факторами: человеческим и технологическим». Предприятиям требуется время на адаптацию и обучение сотрудников новым процессам — именно поэтому Центр уделяет особое внимание информационной поддержке, проводит вебинары и консультации. Вторая распространенная проблема — неверно подобранные расходные материалы для печати кодов. Лучший способ ее избежать — участие в эксперименте, изучение материалов на сайте «Честного знака» и проведение точечных консультаций со специалистами, советует эксперт. «Все эти уроки мы учили при подготовке к запуску новых товарных групп», — заверяет он.

Учитывая тот факт, что избежать маркировки не получится, специалисты ЦРПТ советуют бизнесу активно участвовать в эксперименте (когда маркировка производится на добровольной основе). Внедрению обязательных требований всегда предшествует бесплатный добровольный эксперимент, в котором участники могут протестировать все процессы, связанные с маркировкой, без каких-либо материальных рисков. Для круп, макарон, муки, зерновых продуктов для завтрака, картофеля быстрого приготовления, а также меда такие тесты проводились с 14 ноября 2025 года по 28 февраля 2026-го. Всего на эксперимент поступило 148 заявок, в том числе 19 от компаний, пожелавших участвовать в формате рабочей группы. За время тестирования систему опробовали 63 производителя на 74 отдельных линиях в 30 регионах страны. «Производители, импортеры, компании оптовой и розничной торговли могли заранее познакомиться с маркировкой, проверить, как работает оборудование, и наладить бизнес-процессы», — отмечает представитель ЦРПТ.

Ожидания финансовых плюсов от внедрения системы для производителей муки, макарон и круп не озвучиваются, но в формировании прозрачного рынка они те же, что и в других сегментах: сокращение фальсификата, теневого оборота, обеспечение добросовестной конкуренции и безопасности потребителя. В этом заинтересованы и сами производители. Но на практике получается, что опера-





М. ЧИСТЯКОВА

КАКУЮ МОЛОЧКУ ПОДДЕЛЫВАЛИ ЧАЩЕ ВСЕГО

в период с 2016 по 2025 год
от общего числа исследованных
товаров в каждой из категорий



%

* эконо-сегмента
ИСТОЧНИК: РОСКАЧЕСТВО

тор системы «Честный знак» и производитель продуктов питания оказываются «по разные стороны баррикад».

По официальным данным, введение системы снизило зарегистрированный нелегальный оборот и дало экономический эффект для государства, комментирует ведущий аналитик маркетинговой группы «Текарт» Евгений Пармухина. «По сути, в этом и заключалась основная цель маркировки — повысить собираемость налогов и таможенных платежей и прозрачность товарооборота, — объясняет она. — Назывались и другие цели, но выглядят они менее определенно: уменьшить объем фальсификата на рынке, сократить теневой рынок, повысить конкурентоспособность легальных производителей — это уже эффекты, направленные на потребителей и производителей, и здесь все не так однозначно».

С тем, что «Честный знак» напрямую не влияет на качество, согласна и Ольга Башмачникова. «Мы наблюдаем процессы, когда переработчики не нуждаются в живом молоке, они закупают сухое — это дешевле, при этом мы не видим на этикетках, что продукция произведена из сухого молока, а это уже совсем другое качество, — рассуждает она. — В то же время малый бизнес не может реализовать молоко от коровы, его порой не берут

даже в период, когда молока традиционно мало. Именно поэтому многие малые молочные фермы закрываются». Значит «Честный знак» не панацея, делает вывод эксперт. Если государство заинтересовано в семейных фермах, маркировку для данной категории правильно было не вводить, категорична она.

Маркировка не гарантирует потребителям качество и безопасность продукции, а позволяет только проследить ее путь, при этом увеличивает себестоимость товара, добавляет Пармухина. «Компании, которые смогли себе позволить внедрить и использовать «Честный знак», относительно крупные и производящие оригинальную продукцию, — отмечает она. — Для них внедрение было связано с издержками и последующим снижением рентабельности, в последние годы это наложило на другие экономические проблемы, что не облегчило положение бизнеса». При этом говорить об однозначном снижении уровня недобросовестной конкуренции из-за маркировки вряд ли можно, считает аналитик. Существуют мнения о росте теневого сектора, а также о постоянном появлении схем легализации контрафактного товара.

Если говорить о влиянии «Честного знака» напрямую на рост качества вряд ли можно, то на сокращение числа предприятий МСП — вполне, полагает Башмачникова. Конечно, здесь действовала совокупность факторов, но введение системы «Честный знак» сыграло свою роль в этом процессе, уверена она. «Особенно непросто в данной ситуации приходится небольшим компаниям, производящим качественную продукцию, которым сложнее оплачивать свое участие в маркировке, — соглашается Пармухина. — При этом во многих секторах, где внедрен «Честный знак», с развитием малых предприятий связывают перспективы качественного и количественного роста».

Производитель устал от нововведений, требующих затрат времени и финансов на фоне дорогих кредитов и повышения налогового бремени, говорит один из производителей молочной продукции, пожелавший остаться неназванным. Дополнительным фактором, создающим проблемы с «Честным знаком» и обострившимся в последнее время, является отключение интернета в регионах в целях безопасности, добавляет он.

Директор Центра конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ Георгий Остапкович тоже полагает, что время для внедрения маркировки выбрано не очень удачно. Эксперт обращает внимание на экономические риски, связанные с непредсказуемой геополитической обстановкой, и считает, что в таких условиях требовать от бизнеса, особенно МСП, внедрения системы мониторинга недальновидно и расточительно. «Такие мероприятия логично проводить в условиях стабильной экономики — устойчивой рентабельности, уверенной логистики, чтобы у бизнеса были горизонты долгосрочного планирования, — полагает он. — В существующей ситуации правительству стоило бы взять «гроссмейстерскую паузу» с введением обязательной маркировки». Пока же можно сделать ее добровольной, и если бизнес увидит плюсы для себя и для рынка, если у него будет выбор, а не «вопрос жизни и смерти», то постепенно предприниматели сами войдут в систему, уверен эксперт.