

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2022, №6, Том 14 / 2022, No 6, Vol 14 <https://esj.today/issue-6-2022.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/58ECVN622.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Овакимян, Л. А. Контрафакт как главная угроза экономической безопасности России / Л. А. Овакимян // Вестник евразийской науки. — 2022. — Т. 14. — № 6. — URL: <https://esj.today/PDF/58ECVN622.pdf>

**For citation:**

Ovakimyan L.A. Counterfeit as the main threats to the economic security of Russia. *The Eurasian Scientific Journal*. 2022; 14(6): 58ECVN622. Available at: <https://esj.today/PDF/58ECVN622.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 314

**Овакимян Левон Арменович**

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия  
«Финансовый» факультет  
Бакалавр  
E-mail: leonovak0011@gmail.com

## Контрафакт как главная угроза экономической безопасности России

**Аннотация.** В рамках данной статьи автор рассматривает проблему борьбы с контрафактом за счет использования технологии чипирования товаров. В первую очередь автор выделяет категории товаров, которые в обязательном порядке должны быть маркированы в связи с большой подверженностью контрафакту. Перечисленные в статье товары маркируются с помощью такой технологии, как Data Matrix. По мнению автора, выбор данной технологии обеспечивается более низкими затратами на ее внедрение, что является выгодным для производителя. Отмечается, что стоимость зависит от отрасли, в которой функционирует предприятие, а также от региона. Одним из важнейших вопросов, как считает автор, является выбор источников финансирования. В статье моделируются ситуации с использованием разных источников и формулируется вывод относительно рациональности выбора каждого из источников. Автор подчеркивает, что масштабное внедрение технологии вполне может оказаться провальным. Неизбежным последствием внедрения технологий чипирования является повышение цен, что негативно отражается на конечном потребителе и малом бизнесе. Автор выделяет ряд критериев, согласно которым будет проводиться оценка эффективности внедрения технологий маркировки товаров. Далее эффективность применения технологий чипирования рассматривается на примере Кореновского молочно-консервного комбината. В первую очередь автором анализируется объем затрат на внедрение технологии маркировки. Затем проводится расчет количественных показателей по итогу первого, второго и третьего года внедрения технологии. По результатам расчетов автор делает выводы относительно эффективности введения технологии маркировки товара на рассматриваемом предприятии.

**Ключевые слова:** государственный контроль; контрафакт; маркировка товаров; серая экономика; технологии чипирования; финансовая эффективность; цифровизация экономики; экономическая безопасность; Data Matrix

### Введение

По сравнению с западными странами, где сейчас полномасштабно применяются RFID-технологии, Россия только начинает их внедрять в различные сферы хозяйствования,

начиная с пилотных проектов, заканчивая выработкой нормативно-правовых актов касательно обязательной маркировки товаров.

Одним из последних актов по регулированию торговой деятельности в России с помощью средств идентификации стало подписание 28 апреля 2018 года Премьер-министром Дмитрием Медведевым распоряжения об утверждении перечня товаров подлежащих обязательной маркировке контрольными знаками.

Хочется заметить, что внедрение Data Matrix — это новаторский инструмент по борьбе с контрафактом, по обелению экономики, по стимулированию прибыли предприятий, по увеличению налоговых отчислений.

Но возможные перспективы будут ощутимы только в долгосрочной перспективе (после 5 лет после внедрения технологии); в краткосрочной — это полномасштабно «сырой» план, который требует отлаживания механизма интеграции технологий в производстве, совершенство самой всеобщей информационной национальной базы молочных продуктов в стране и т. п.

Цель данного исследования — оценка эффективности внедрения технологии маркировки как механизма по борьбе с контрафактом на уровне предприятия.

Объектом исследования выступает Кореновский молочно-консервный комбинат.

Предметом являются технологии маркировки, используемые на Кореновском молочно-консервном комбинате.

## 1. Методы и материалы

При написании научной публикации авторами использовались следующие методы: сравнительный, статистический, математический анализы, анализ и обобщение нормативно-правовых актов и документов, научных исследований и статей, табличные способы визуализации статистических данных.

Для достижения данной цели в работе были поставлены следующие задачи:

- выделить категории товаров, подлежащие маркировке;
- проанализировать особенности формирования стоимости введения технологий маркировки товаров;
- разработать методику ввода технологии чипирования на уровне предприятия;
- сформулировать вывод относительно целесообразности введения предлагаемой методики на рассматриваемом предприятии.

Исследование основывается на теоретических и методологических положениях, разработанных отечественными авторами, в частности, Канаматовой Д.А. [1], Юлдашевой С.И. [2], Надвоцкой. В.В. [3], Нефёдовой И.В. [4], Гомоновой Н.Д. [5] и другими.

Информационной базой исследования послужили Интернет-ресурсы (официальные сайты) и зарубежные источники по тематике работы.

## 2. Результаты и обсуждения

На сегодняшний день можно выделить 10 групп товаров, наиболее подверженных контрафакту, со сроками введения обязательной маркировки: табачная продукция, туалетная

вода и духи, разные виды одежды, обувь, фотокамеры, шины и покрышки и т. д. С 2020 года началась обязательная маркировка лекарственных препаратов [6].

Действительно, внедряя систему маркировки, целесообразно начать с категорий наиболее подверженных контрафакту (фальсификату). Однако хочется заметить, что для вышеперечисленных видов товаров была выбрана маркировка с помощью Data Matrix. Выбор обусловлен тем, что Data Matrix дешевле, имеет сверхмалые габариты (можно нанести на абсолютно любой по размерности товар), а по остальным свойствам несильно уступает RFID-метке. Такое кодирование обойдется производителю дешевле, чем внедрение радиочастотных чипов, что вполне рационально.

Перечень товаров, обязательных к маркировке, составляет достаточно дорогая продукция. То есть компаниям по производству данных видов товаров будет не так затратно внедрить Data Matrix.

Отдельное внимание при внедрении технологии хотелось бы уделить жизненно важным категориям товаров, таким как: лекарственные средства всех ценовых категорий и в особенности продукты питания. Ведь от подлинности и соответствия всем стандартам производства будут зависеть жизни людей и здоровье нации в целом. Но возникает серьезная проблема: стоимость данных товаров очень разнится, например, единица товара с молочного завода стоит около 100 рублей, а единица товара с колбасного завода — 500 рублей. То есть если продукция подорожает на 10 рублей при внедрении технологии, повышение цены на молочный продукт будет в разы больше ощущаться, нежели чем в случае с колбасной продукцией [7]. Эта проблема может стать серьезным толчком к уходу с рынка части поставщиков, что приведет к неудовлетворению спроса и взвинчиванию цен, в худшем случае обвала рынка продовольствия и его снабжения за счет импорта. В недопущении этой проблемы автором предлагается ряд мер, порядок и специфика применения которых будут рассмотрены далее.

Для начала предприятию необходимо просчитать стоимость внедрения технологии, которая будет зависеть от отрасли и региона. Далее определиться с источниками финансирования технологии: заемные или собственные. Взять кредит на внедрение технологии Data Matrix, заключить договор лизинга оборудования или финансировать за счет собственных средств.

Если предприятие воспользуется земными средствами, то одними из самых популярных вариантов — льготный кредит при государственной поддержке или оформление договора лизинга на технические средства оснащения.

В случае, если ресурсы на внедрение технологии с учетом специфики отрасли, региона и рыночного риска берутся из собственных резервов, то необходимо проанализировать, как затраты повлияли на динамику выручки и чистой прибыли.

Если отклонение данных показателей составляет около 2–3 % в сравнении с базовым периодом и на протяжении всего жизненного цикла предприятия колебалось с такой тенденцией (данное значение процентного отклонения может быть как больше, так и меньше в зависимости от ситуации в отрасли и на самом предприятии), то это нормальное отклонение [8].

Если на основе исторического анализа количественных и качественных данных компании отклонение после введения технологии оказывается выше нормального показателя, то это может в конечном итоге отразиться на конечной цене продукта.

При достаточно большом отклонении или даже убытке предприятия необходимы решения на уровне государства, регионов (например, снижение налоговой ставки для конкретных предприятий, внедривших технологию).

Стоит отметить, что полномасштабное внедрение технологии в большинстве случаев может быть провальным. Первое время неизбежно увеличение цен (в среднем на 5 %), что может вызвать сильную нагрузку на конечного потребителя и, соответственно на малый бизнес (розничные сети).

Чтобы ослабить нагрузку на малый бизнес и конечного потребителя, не обойтись без помощи и сопровождения государства еще на этапе производства товара. Однако, чтобы понять какого рода необходима государственная поддержка и в каком объеме она необходима, следует просчитать эффективность внедрения технологии на примере конкретного хозяйствующего субъекта [9].

Под эффективностью внедрения технологии понимается соотношение между достигнутыми количественными, качественными результатами производства и затраченными ресурсами.

Также оценка эффективности будет происходить на основе следующих критериев: (1) время окупаемости затрат на внедрение технологии маркировки Data Matrix; (2) увеличение чистой прибыли; (3) рост налогооблагаемой базы; (4) сокращение контрафактных (фальсифицированных) товаров в структуре экономики [10].

Оценка эффективности внедрения будет продемонстрирована на примере молочного Кореновского молочно-консервного комбината (КМКК). Во-первых, выбор обусловлен тем, что это известный производитель и поставщик на рынке молочных товаров, во-вторых, молочный продукт — ключевой элемент в потребительской корзине: в среднем человек расходует 8,4 % от своих доходов на молочную продукцию.

КМКК — один из лидеров молочного рынка Южного Федерального Округа России. КМКК выпускает марку «Коровка из Кореновки» и относительно новые торговые марки «Густияр», «Русллада», «Советское».

Кореновский молочно-консервный комбинат — одно из старейших и крупнейших, эффективно работающих предприятий перерабатывающей промышленности Краснодарского края.

«Визитной карточкой» комбината является сгущенное молоко под торговой маркой «Коровка из Кореновки», получившая в 2005 году звание «Бренд года».

Перейдем к оценке эффективности внедрения Data Matrix на базе КМКК. Первоначально будет рассмотрена стоимость внедрения технологии маркировки. Среди затрат на внедрение были выделены:

1. Закупка оборудования (регистратор эмиссии, программное обеспечение, техническое зрение, лазерный маркиратор) = 4 млн руб. [10].
2. Мобильные считыватели для трети персонала (среднесписочная численность сотрудников, по данным SPARK, составила 1300 человек) = 1,6 млн руб. при стоимости одного устройства 4000 руб. [11].
3. Обучение персонала (персонал непосредственно, задействованный на производстве, программисты и пр.), который будет в процессе операционной деятельности напрямую взаимодействовать с новым оборудованием (в расчете 500 руб. на обучение одного сотрудника) = 600 тыс. руб.;

4. Установка и сборка оборудования (20 % от стоимости оборудования) = 600 тыс. руб.
5. Предположительное увеличение заработной платы трети сотрудников на 1000 руб., чьи обязанности увеличились = 400 тыс. руб.

Суммарные затраты на внедрение технологии, по расчетам автора, составляют около 7,2 млн руб.

Теперь проведем некоторые расчеты, общая картина которых представлена в таблице 1. В качестве базового выступает 2020 год.

**Таблица 1**

**Количественные показатели за базовый период<sup>1</sup>**

Количество произведенной продукции	284 288 кг
Цена за 1 кг молочной продукции	52 руб.
Выручка	14 782 980 руб.

По заявлению замглавы Минэкономразвития Саввы Шипова, введение системы маркировки приведет к увеличению дополнительных затрат на 1 кг продукции до 4,4 руб. В связи с этим на молочном рынке цена за 1 кг продукции может вырасти до 56 руб. (на 8 % выше прежней), что приведет к снижению объема производства на 8 % при эластичном спросе, так как часть потребителей станет покупать товары-субституты, и, предположительно, уйдет с рынка половина контрафакта (сейчас доля контрафакта составляет около 8 % молочного рынка), тогда на 1 год внедрения, по расчетам автора, ожидаются следующие результаты (табл. 2):

**Таблица 2**

**Количественные результаты по итогу 1-ого периода внедрения технологии<sup>1</sup>**

Количество произведенной продукции	261 545 кг
Цена за 1 кг молочной продукции	56 руб.
Выручка	14 646 521 руб.
Выручка с учетом нейтрализации части контрафакта (4%) на рынке	15 232 382 руб.

Рассмотрим выручку за 2-ой период после внедрения технологии. Предполагается, что с рынка уйдет еще 2 % контрафакта. Так как на лавках качественных товар не будет мешаться с контрафактом, потребители будут отдавать предпочтение данной торговой марке, то есть спрос будет увеличиваться, по оценке автора, на 2 % и количество производства увеличится на 2 % в сравнении с 1-ым годом внедрения при цене в 56 руб. (табл. 3).

**Таблица 3**

**Количественные результаты по итогу 2-ого периода после внедрения технологии**

Количество произведенной продукции	266 776 кг
Цена за 1 кг	56 руб.
Выручка	14 939 452 руб.
Выручка с учетом нейтрализации (2 %) контрафакта	15 238 241 руб.

Теперь проведем оценку количественных показателей за 3-ий период после внедрения Data Matrix с учетом авторских предположений: с рынка уйдут оставшиеся производители контрафакта (2 %) в сравнении со 2-ым периодом, также уровень деловой репутации предприятия повысится и предприятие себя позитивно зарекомендует на рынке, что повысит

---

<sup>1</sup> Обязательная маркировка молока и молочной продукции. URL: <https://geksagon.ru/ru/solutions/obyazatel'naya-markirovka/obyazatel'naya-markirovka-moloka-i-molochoi-produktsii/> (дата обращения: 08.01.2023).

спрос примерно на 2 %, то есть необходимо будет производить на 2 % больше в сравнении со 2-ым периодом (табл. 4).

**Таблица 4**

**Количественные результаты по итогу 3-ого периода после внедрения технологии<sup>1</sup>**

Количество произведенной продукции	272 111,5 кг
Цена за 1 кг	56 руб.
Выручка	15 238 241 руб.
Выручка с учетом нейтрализации (2 %) контрафакта	15 543 006 руб.

Опираясь на расчеты, очень привлекательным кажется вариант самофинансирования технологии, так как положительная чистая прибыль почти сразу, чего не прослеживается в других вариантах финансирования, и прирост чистой прибыли и налогооблагаемой базы до значения базового периода. Однако с целью финансирования внедрения Data Matrix-технологии идея мобилизации средств с банковского счета, отсрочки 60 % кредиторской задолженности, сокращение срока выплаты 60 % дебиторской задолженности и продаже не операционных ликвидных активов на 3,5 млн руб. кажется далекой от реальности.

Необходимо обратить внимание на то, что анализ был направлен на оценку эффективности внедрения технологии на базе предприятия крупного бизнеса. То есть, если затраты на внедрение обременительны для крупного бизнеса, что же в итоге будет с малым бизнесом. Если «просядет» малый бизнес, то, скорее всего, придется первое время компенсировать импортом до момента, пока крупные предприятия не нарастят производственные мощности.

В сложившейся ситуации в большей степени отрасли не обойтись без поддержки на региональном уровне.

Во-первых, необходимо обеспечить льготные кредиты примерно под 5 %.

Во-вторых, если производитель использует 50 % ±10 % собственных источников на финансирование внедрения Data Matrix, государству необходимо предоставить производителям льготный период налогообложения: или снижение налога на прибыль до 5–10 %, или даже нулевое налогообложение на 3 года.

В-третьих, одним из самых действенных способов будет создание отдельного центра чипирования на уровне региона. Данная мера будет удобна для малого бизнеса, так как исчезает необходимость в покупке дорогостоящего оборудования, и большим подспорьем для крупного бизнеса, который сможет отсрочить покупку оборудования или заниматься этим постепенно, не в сжатые сроки, как происходит сейчас.

Анализируя с точки зрения экономики России в целом, хочется определить, какое все же влияние несет в себе маркировка молочной продукции. К прямому влиянию можно отнести: (1) обеление экономики; (2) получение доходов законным путем; (3) нейтрализация проблемы недополучения налогов в бюджет страны. К косвенному влиянию методам: (1) повышение уровня технологичности и автоматизации производства; (2) снижение риска отравления потребителя недоброкачественным контрафактным товаром; (3) повышение уровня здоровья нации.

Однако существуют и определенные риски: (1) если будут введены налоговые льготы для предприятий, то не исключается возможность того, что предприятия, финансировавшие технологию собственными средствами, могут подделывать отчетность, предоставляемую в налоговые органы на получение большей налоговой льготы; (2) неотлаженная система взаимодействия технологии Data Matrix и национальной базы данных «Меркурий», что может привести к мошенническим действиям со стороны участников рынка и к коррупционной

составляющей (подкуп представителями компаний представителей системы «Меркурий»); (3) неправомерные действия со стороны программистов в интересах компании, но не в интересах государства (взломы национальных систем для последующей регистрации товаров и т. п.); (4) мошеннический сговор или легальное отмывание денежных средств со стороны операторов Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ) USM Holdings.

### Выводы

По результатам проведенного исследования на основе математических расчетов и экономического анализа, хочется заметить, что развитие событий на предприятии будет зависеть от источника финансирования внедрения технологии DataMatrix. В большинстве случаев 1-ый год внедрения обременяет комбинат на убыток и последующее восстановление чистой прибыли только в 2-ом или 3-ем периоде после внедрения технологии. Средний срок окупаемости по 4 вариантам финансирования около 4 лет. То есть положительные результаты внедрения технологии маркировки можно проследить только на долгосрочной перспективе.

Если анализировать варианты финансирования, то кажется привлекательным полное самофинансирование, так как положительная чистая прибыль наблюдается уже в 1-ом периоде, а достижение результатов базового периода уже в 3-ем году, чего не наблюдается в других методах финансирования, однако мобилизация всех собственных средств (средства из дебиторская и кредиторской задолженности, от продажи не операционных активов) в кратчайшие сроки кажется для комбината задачей далеко не из простых и, скорее всего, далекой от реальности. Но замечается, что только комбинат начинает восстанавливаться после высоких затрат, так сразу налог на прибыль в 20 % кажется обременительным, что тормозит комбинат в достижении результатов базового периода. Поэтому, с точки зрения автора, государством должен предложен льготный период налогообложения для компаний, использовавших собственные средства.

Безусловно, внедрение технологии на уровень производства будет эффективно, но эта эффективность «даст свои плоды» только на долгосрочной перспективе и только с поддержкой государства и региона отрасли. Автором предлагается создание региональных центров чипирования для поддержания малых предприятий, чтобы последствия внедрения технологии маркировки не заставили его «просесть», а так экономии затрат для крупных предприятий. Такая мера поможет предприятиям разного уровня экономить, не влезать в кредитное бремя, если нагрузка не позволяет выплачивать кредит, а также предоставит новые места работы и технологическое развитие региона в целом.

На ряду с этим, хочется заметить, что, действительно, технологии чипирования в особенности RFID и DataMatrix являются действенными механизмами в борьбе с контрафактом и обеспечения экономической безопасности государства. Однако, рассматривая с точки зрения нейтрализации контрафакта, выделяются не только положительные явления такие, как снижение доли контрафакта, обеление экономики, увеличение налогооблагаемой базы в долгосрочной перспективе, улучшение здоровья нации и т. п., но и негативное влияние и возможные риски: развитие мошеннических схем в процессе чипирования, налоговые махинации со стороны производителей, избыточная нагрузка на бизнес, а также неотлаженная работа системы на корпоративном и государственном уровне и ее недостаточная подготовленность к полномасштабному обязательному внедрению.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Канаматова Д.А. Обеспечение продовольственной безопасности Российской Федерации / Д.А. Канаматова / Вестник евразийской науки. — 2021. — Т. 13. — N 6. — URL: <https://esi.today/PDF/70ECVN621.pdf>.
2. Юлдашева С.И., Муратова Ш.Н. Проблемы борьбы с контрафактной и фальсифицированной продукцией // Министерство высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан ташкентский государственный экономический университет уральский государственный экономический. — 2021. — С. 199.
3. Надвоцкая В.В., Тимофеев В.В., Енгибарян Е.А. Система маркировки товара как техническое решение для борьбы с контрафактной продукцией // Государство и право в эпоху глобальных перемен. — 2022. — С. 484–486.
4. Нефёдова И.В., Силаева В.В. Контрафакция, как проявление недобросовестной конкуренции на товарном рынке // Антимонопольная политика. Региональная практика. — 2021. — С. 571–578.
5. Гомонова Н.Д. Недостатки правовой регламентации борьбы с контрафактом лекарств в российской федерации // Державинские чтения. — 2021. — С. 192–194.
6. Писанкова В.А., Хохлова П.В. Маркировка товаров: текущее состояние и перспективы развития // Развитие таможенного дела Российской Федерации: дальневосточный вектор. — 2021. — №. 1. — С. 185–188.
7. Окунева К.К. Меры защиты российского рынка от контрафактной продукции // Скиф. Вопросы студенческой науки. — 2021. — № 2(54). — С. 97–101.
8. Кочкаров Р.Х., Сорокина С.А. Маркировка товаров как инструмент обеспечения продовольственной безопасности // Инновационная траектория науки: становление, развитие, прогнозы. — 2021. — С. 121–123.
9. Тетерин Е.А., Марфутин Р.А. Исследование эффективности систем сопровождения товаров на основе QR-кодов // Современные прикладные исследования. — 2022. — С. 323–328.
10. Обручников С.С. Актуальные направления использования современных информационных технологий в налоговом контроле в условиях цифровизации России // Актуальные вопросы налогообложения, налогового администрирования и экономической безопасности. — 2021. — С. 119–125.



**Ovakimyan Levon Armenovich**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
E-mail: leonovak0011@gmail.com

## **Counterfeit as the main threats to the economic security of Russia**

**Abstract.** within the framework of this article, the author considers the problem of combating counterfeit products through the use of chipping technology for goods. First of all, the author identifies categories of goods that must be labeled without fail due to the high susceptibility to counterfeiting. The goods listed in the article are marked using a technology such as Data Matrix. According to the author, the choice of this technology is provided by lower costs for its implementation, which is beneficial for the manufacturer. It is noted that the cost depends on the industry in which the enterprise operates, as well as on the region. One of the most important issues, according to the author, is the choice of funding sources. The article simulates situations using different sources and formulates a conclusion regarding the rationality of choosing each of the sources. The author emphasizes that the large-scale introduction of technology may well be a failure. An inevitable consequence of the introduction of chipping technologies is an increase in prices, which negatively affects the end consumer and small businesses. The author identifies a number of criteria according to which the effectiveness of the implementation of product labeling technologies will be assessed. Further, the effectiveness of the application of chipping technologies is considered on the example of the Korenovsky dairy canning plant. First of all, the author analyzes the amount of costs for the introduction of marking technology. Then, quantitative indicators are calculated based on the results of the first, second and third years of technology implementation. Based on the results of the calculations, the author draws conclusions regarding the effectiveness of the introduction of product labeling technology at the enterprise in question.

**Keywords:** state control; counterfeit; labeling of goods; gray economy; chipping technologies; financial efficiency; digitalization of the economy; economic security; traceability system