



27 августа 2025

КРАТКИЙ ДОКЛАД

Цифровая маркировка потребительских товаров

КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ВОПРОСА:

Правительство Казахстана требует от фармацевтической, табачной и других отраслей использовать систему маркировки товаров средствами идентификации и рассматривает возможность распространения этой системы на производство напитков и другие отрасли. Заявленная цель маркировки — обеспечение безопасности продукции и борьба с незаконной торговлей, но компании-члены Американской торговой палаты сомневаются в достижении этих целей. Они считают, что маркировка увеличит капитальные и операционные расходы как для производителей, так и для розничных продавцов, включая многие малые и микропредприятия, и будет препятствовать развитию производства в Казахстане.

Распространение маркировки на нетабачную и фармацевтическую продукцию не соответствует передовой международной практике. Рамочная конвенция Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака, ратифицированная Казахстаном, обязывает применять маркировку к табачным изделиям, но ведущие страны ОЭСР не распространяют маркировку на другие товары повседневного спроса (FMCG).ⁱ Например, в Великобритании нет требований по дополнительной маркировке.ⁱⁱ В Соединенных Штатах применяется гораздо менее затратный способ маркировки и то только к детским товарам.ⁱⁱⁱ Прежде чем расширять систему маркировки на другие отрасли, необходимо оценить затраты и выгоды. Правительству, в частности, следует прислушаться к мнению производителей товаров повседневного спроса (FMCG), которые разделяют цель борьбы с незаконной торговлей и обеспечения безопасности продукции, но при этом не считают систему маркировки эффективным подходом и рассматривают её как ненужное препятствие на пути к достижению цели правительства по стимулированию местного производства. Правительству также следует прислушаться к мнению розничных продавцов, которые понесут дополнительные расходы и риски, опять же без какой-либо очевидной выгоды.

Правительство Казахстана обязано внедрить систему маркировки в соответствии с решением Евразийского экономического союза (ЕАЭС).^{iv} На данный момент она применяется в таких отраслях, как меховая промышленность (2019 г.), табачная промышленность (2020 г.), обувная промышленность (2021 г.) и фармацевтика



(2024 г.). Правительство заявило о своей заинтересованности в расширении этой инициативы на производство напитков, молочную промышленность, ювелирные изделия, текстильную промышленность и другие отрасли.

«Казахтелеком» обладает монополией на системы маркировки, что вынуждает компании нести нерыночные расходы. «Казахтелеком» проводил пилотные проекты по напиткам, но методология включала только производство и ограниченное количество точек продаж, без изучения влияния на всю цепочки поставок. Поэтому члены AmCham считают глубину, продолжительность и масштаб пилотных проектов недостаточными для оценки влияния на отрасли и серьезно обеспокоены тем, что негативное воздействие будет значительным. Две компании-члены, изучившие введение маркировки, считают, что производительность может снизиться на треть, что поставит продукцию, произведенную в Казахстане, в невыгодное положение по сравнению с продукцией, произведенной в других странах ЕАЭС. Побочные эффекты включают рост цен для потребителей и сокращение доходов государственного бюджета.

Что касается розничных продавцов, если QR-код невозможно отсканировать электронным способом или он нечитаем, товар не может быть продан и должен быть возвращен производителю, а стоимость доставки увеличивается с увеличением расстояния. Маркировка также ограничивает возможность объединения товаров в подарочные наборы, что неоправданно сдерживает общепринятую маркетинговую практику. Для логистики и управления складом это также усложняет и снижает эффективность при агрегации товаров, например, когда бутылки упаковываются в ящики и паллеты.

Для импортеров внедрение требований маркировки предполагает заключение договоров со сторонними владельцами таможенных складов; однако их возможности ограничены, что приводит к высоким затратам на обслуживание. Применение маркировки к импортируемым товарам часто предполагает разрушение оригинальной транспортной упаковки для доступа к продукции с последующей переупаковкой. Это значительно увеличит затраты импортеров и потребует дополнительного времени на внедрение. Это также сопряжено с высоким риском повреждения продукции и может потребовать значительного увеличения численности персонала.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

1. Перед началом внедрения независимой третьей стороне следует провести исследование эффективности маркировки в достижении заявленных целей. Результаты этого исследования должны быть опубликованы и доступны. Члены AmCham готовы делиться соответствующей информацией, а также участвовать в правительственных рабочих группах в рамках исследования.



2. Для каждой отрасли должен быть проведен комплексный анализ рисков, проводимый авторитетными экспертами в тесном сотрудничестве с заинтересованными компаниями, а не только в рамках пилотных проектов. Эти индивидуальные отчеты должны соответствовать законодательству об анализе регуляторного воздействия и учитывать проблемы, характерные для каждой отрасли.

3. Подробные, реалистичные сроки и планы поэтапного внедрения должны быть разработаны совместно с каждой отраслью для минимизации негативных последствий. В случае очевидных негативных последствий правительству рекомендуется подготовить компенсационные пакеты для пострадавших отраслей.

4. Правительству следует устранить монополию «Казахтелекома», разрешив другим поставщикам услуг выступать в качестве оператора системы маркировки. Членам AmCham известны несколько местных компаний, которые могли бы использовать эту технологию.

Если эти предложения будут приняты, реализация инициативы может быть продолжена, но при поддержке AmCham. Этот диалог и сотрудничество позволят минимизировать негативное влияние на доходы государственного бюджета, инфляцию, прибыльность компаний и конкурентоспособность. Компании-члены AmCham также приветствуют возможность поделиться другими эффективными мерами, принимаемыми ими для предотвращения незаконной торговли или подделки своих товаров. Кроме того, правительство может понять, насколько сильно обеспокоенность по поводу подделки различается в зависимости от отрасли. Оценка рисков и поэтапные сроки позволят компаниям более точно подготовиться к изменению регулирования, что приведет к более строгому соблюдению требований.