

Отчет о научно-исследовательской работе

**Прогнозная оценка влияния системы обязательной
маркировки товаров на экономическую и социальную
составляющие деятельности субъектов малого и
среднего бизнеса в российской лёгкой
промышленности**

Москва - 2024

РЕФЕРАТ

Отчет 111 с., 25 рисунков, 11 таблиц, 45 источников.

Анализ влияния системы обязательной маркировки товаров на предприятия малого и среднего бизнеса в российской лёгкой промышленности.

Объектом исследования являются предприятия малого и среднего бизнеса в российской лёгкой промышленности.

Работа делает акцент на текстильной отрасли, а также на изучении смежной с ней совокупности предприятий торговли продукцией легкой промышленности.

Предметом исследования являются экономические общественные отношения, складывающиеся на предприятиях малого и среднего бизнеса в российской лёгкой промышленности, которые относятся к сфере деятельности Распоряжения № 792-р от 28.04.2018 «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации».

Цель работы – формирование прогнозных сценариев развития предприятий малого и среднего бизнеса в российской лёгкой промышленности с учетом факторов влияния внедрения системы обязательной маркировки товаров.

Результат работы – прогнозная оценка влияния системы обязательной маркировки товаров на развитие предприятий малого и среднего бизнеса в российской лёгкой промышленности, в части экономической, финансовой и социальной составляющей деятельности субъектов хозяйствования.

Степень внедрения – результаты работы ориентированы на внедрение в систему государственного регулирования отрасли легкой промышленности.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ.....	8
СОКРАЩЕНИЯ.....	9
1. ДИНАМИКА И ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	10
1.1. Динамика и тенденции развития отрасли легкой промышленности в Российской Федерации	10
1.2. Анализ развития субъектов малого и среднего бизнеса в легкой промышленности	27
2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ И СИСТЕМА МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ В СФЕРЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ	36
2.1. Формирование состава факторов и оценка их влияния на необходимость и развитие субъектов малого и среднего бизнеса в легкой промышленности	36
2.2. Маркировка товаров как фактор влияния на развитие малого и среднего предпринимательства в сфере легкой промышленности.....	48
3. АНАЛИЗ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СИСТЕМЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.....	75
3.1. Анализ правового регулирования легкой промышленности в системе обязательной маркировки товаров на предприятия малого и среднего бизнеса в Российской Федерации	75
3.2. Сравнительно-правовой анализ регулирования маркировки товаров легкой промышленности в зарубежных странах....	84
3.3 Социально-правовые последствия внедрении системы обязательной маркировки товаров легкой промышленности на предприятиях малого и среднего бизнеса в России.....	91
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	96
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	106

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования определяется запросом на правовую определённость условий развития со стороны МСП при трансформации законодательства России. На территории Российской Федерации введена обязательная цифровая маркировка по утвержденным правилам отдельных товаров, перечень которых постоянно расширяется,¹ существует потребность бизнеса в понимании результатов этого процесса.

Нет сомнений, что данный комплекс мер современен, актуален и необходим, реальные и потенциальные выгоды от него государству, бизнесу и потребителю подробно описаны и изучены. Настоящее исследование сконцентрировано на проблемном поле реализации данного комплекса мер, в первую очередь, со стороны бизнеса.

Торговля является частью народного хозяйства России, которая по большей части представляет собой саморегулируемую сферу общественной жизни. Большое значение в этой связи приобретает обеспечение баланса интересов экономических структур и потребителей, что представляет особую сложность в современных условиях и повышает важность государственного регулирования в сфере легкой промышленности, статуса субъектов малого и среднего бизнеса в частности, ввиду их существенной доли в отрасли².

¹ Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации». (ред. от 04.07.2024)

Постановление Правительства РФ от 22 июня 2019 г. № 790 «О проведении на территории Российской Федерации эксперимента по маркировке средствами идентификации отдельных позиций продукции легкой промышленности» (вместе с «Положением о проведении на территории Российской Федерации эксперимента по маркировке средствами идентификации отдельных позиций продукции легкой промышленности»)

Постановление Правительства РФ от 31.12.2019 №1956 «Об утверждении правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении товаров легкой промышленности»

Постановление Правительства РФ от 13.11.2023 № 1899 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. № 1956» (ред. от 29.06.2024)

Постановление Правительства Российской Федерации от 29.06.2024 № 883 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации»

² Кондрушенко К.М. Стационарная и нестационарная розничная торговля - за и против / К.М. Кондрушенко, Н.В. Манова // Приднестровский научный вестник. 2017. Т. 12. № -1. С.44-49.

Методика научного исследования основана на междисциплинарном подходе к проблеме регулирования и развития малого и среднего предпринимательства в сфере легкой промышленности как важной составляющей народного хозяйства. Методы сравнительного правоведения, социологического исследования и экономического прогнозирования применяются для оценки обоснованности ожиданий Министерства промышленности и торговли Российской Федерации относительно как экономической возможности исполнения хозяйствующими субъектами малого и среднего предпринимательства (далее МСП) в легкой промышленности обязанности по обязательной цифровой маркировке товаров, так и в целях прогнозирования наиболее вероятных последствий и реакции со стороны МСП в легкой промышленности на принятие Постановления Правительства РФ об обязательной маркировке отдельных товаров.

Решение об обязательной маркировке товаров с целью устранения теневого бизнеса в легкой промышленности не является оригинальным способом решения экономических проблем и здесь безусловно интересен зарубежный опыт правового регулирования. Социологический опрос может дать реальную картину реагирования МСП в сфере легкой промышленности на вступление в силу изменений в законодательство. Экономические методы научного анализа способны с определённой степенью вероятности спрогнозировать последствия использования наиболее распространённых инструментов регулирования экономических отношений, складывающихся в сфере легкой промышленности с перспективой экстраполяции на МСП в другие отрасли. Имеются объективные трудности в учете числа индивидуальных предпринимателей (далее ИП), доли самозанятых в отрасли, но, предположительно, четверть рынка легкой промышленности отводится именно данным организационно-правовым формам.

Обоснование практического значения данной научно-исследовательской работы состоит в необходимости изучения народнохозяйственной эффективности в легкой промышленности после реализации Постановлений Правительства Российской Федерации об обязательной маркировке с учетом социально-экономического прогноза развития МСП в легкой промышленности. Оценка целесообразности изменений законодательства, и связанных с этим экономических, правовых и социальных последствий предполагает анализ состояния и правового регулирования легкой промышленности в Российской Федерации, обзорное исследование международного опыта требований по обязательной маркировке текстиля, проведение опроса и интервьюирование предпринимателей отрасли для прогнозной оценки влияния системы обязательной маркировки товаров на развитие предприятий малого и среднего бизнеса в российской лёгкой промышленности, анализ экономических последствий для хозяйствующих субъектов МСП с учетом введения обязательной маркировки товаров.

Научная новизна полученных результатов исследования заключается в разработке прогнозных оценок влияния введения обязательной маркировки товаров на развитие предприятий малого и среднего бизнеса в российской лёгкой промышленности. Прогнозные значения касаются созданных конкурентных условий, развития легкой промышленности с учетом факторов влияния, связанных с изменениями требований закона.

Основными задачами НИР являются:

1. Исследовать динамику и тенденции развития отрасли легкой промышленности в Российской Федерации.
2. Сформировать прогнозные оценки развития субъекты малого и среднего бизнеса в легкой промышленности.
3. Проанализировать факторы риска для МСП, связанные с системой обязательной маркировки товаров в легкой промышленности.

4. Осуществить анализ введения системы обязательной маркировки товаров как фактора влияния на социально-экономическое развитие малого и среднего предпринимательства в сфере легкой промышленности.

5. Провести анализ правового регулирования работы легкой промышленности в системе обязательной маркировки товаров предприятий малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.

6. Проанализировать регулирование маркировки текстиля в России и за рубежом.

Основаниями для выполнения работы являются:

- кабинетное исследование (включая анализ данных Федеральной статистической государственной службы, данные отраслевых порталов); научные статьи и публикации в профильных изданиях, в сети Интернет по теме исследования, материалы справочных правовых систем Гарант, Консультант плюс.

- анкетирование компаний-участников рынка; социологический опрос ведущих экспертов - субъектов предпринимательской деятельности в отрасли торговли и легкой промышленности.

Данный отчет представляет собой основные результаты НИР по заказу РОО «Содействие малому бизнесу», выполненной коллективом с участием исследователей из МГУ имени М.В. Ломоносова и приглашенных экспертов.

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящем отчете о НИР применяют следующие термины с соответствующими определениями:

<i>Data Matrix</i>	графический код
<i>Честный знак</i>	национальная система цифровой маркировки товаров, позволяющая идентифицировать каждую единицу продукции и прослеживать её путь от производителя к конечному покупателю
<i>Масс-маркет</i>	(mass-market) сегмент рынка, где производят и продают товары, ориентированные на массовое потребление

СОКРАЩЕНИЯ

<i>РФ</i>	Российская Федерация
<i>ФО</i>	Федеральный округ
<i>ГК РФ</i>	Гражданский Кодекс Российской Федерации
<i>НПА</i>	Нормативно-правовой акт
<i>Минпромторг РФ</i>	Министерство промышленности и торговли Российской Федерации
<i>Минэкономразвития РФ</i>	Министерство экономического развития Российской Федерации
<i>Роспотребнадзор</i>	Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека
<i>ООО</i>	Общество с ограниченной ответственностью
<i>АО</i>	Акционерное общество
<i>ИП</i>	Индивидуальный предприниматель
<i>ОКВЭД</i>	Общероссийский классификатор видов экономической деятельности
<i>МСП</i>	Малое и среднее предпринимательство
<i>ТН ВЭД</i>	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза
<i>ОКПД 2</i>	Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности
<i>ТН ВЭД ЕАЭС</i>	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза
<i>ЭДО</i>	Электронный документооборот
<i>ГИС МТ ЧЗ</i>	Государственная информационная система мониторинга оборота товаров «Честный знак»
<i>НДС</i>	Налог на добавленную стоимость
<i>УПД</i>	Универсальный передаточный документ
<i>ЗСТ</i>	Зона свободной торговли
<i>КЭП</i>	Квалифицированная электронная подпись
<i>ОФД</i>	Оператор фискальных данных
<i>ТУС</i>	Товароучетная система

ГЛАВА 1. ДИНАМИКА И ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

1.1. Динамика и тенденция развития отрасли легкой промышленности в России

Легкая промышленность представляет собой совокупность отраслей народного хозяйства, в которых предприятия осуществляют базовые производственные процессы в меньших масштабах, чем в тяжелой промышленности, используя меньше энергии и ресурсов, производя при этом промышленные товары массового потребления. Если на предприятии произведенный из сырья продукт нацелен на продажу конечному потребителю, то оно (предприятие) классифицируется как легкое производство.

Свое название легкая промышленность получила из-за того, что в этой сфере преимущественно используется женский (легкий) труд, и применительно к настоящему времени на производстве применяется как ручной труд, так и легкие автоматизированные конвейера. Товары, производимые в ходе этой деятельности, зависят от производства и переработки сырья для производства других потребительских товаров. Согласно обзору отрасли от проекта «Легпром России» легкая промышленность входит в комплекс отраслей, производящих товары народного потребления. Отрасль выпускает свыше 40% всех непродовольственных товаров, значительную массу в рамках группы образует текстиль.

Легкая промышленность объединяет более 20 различных подотраслей, но на практике не существует четких общепринятых границ для их классификации. Так, ряд исследований выделяет три основные группы: текстильная промышленность, на которую приходится 55% от всего объема

потребления; производство одежды - 37%; производство кожи и сопутствующей продукции - 8%³. По ряду исследований легкая промышленность представлена: текстильной промышленностью, пищевой промышленностью, производством косметики и товаров для личной гигиены, бытовой электроники, игрушек и развивающих товаров. Ориентируясь на научную литературу, можно поделить данную сферу производственной деятельности на 4 основные группы: текстильная группа; кожевенная, меховая, обувная группы; швейная группа; галантерейная группа (рисунок 1.1.).



Рисунок 1.1. - Группы отрасли легкой промышленности⁴.

³ В сфере легкой промышленности действуют 1400 предприятий / Российские экспортеры. Единый информационный портал. URL: <https://www.rusexporter.ru/news/detail/35727/> (дата обращения: 27.10.2024)

⁴ Составлена авторами

Следует отметить, что в соответствии с действующим общероссийским классификатором видов экономической деятельности (далее ОКВЭД) на российском рынке в разделе С «Обрабатывающие производства» выделены три основные товарные группы:

13 «Производство текстильных изделий»

14 «Производство одежды»,

15 «Производство кожи и изделий из кожи» (в том числе обувь).

28.94 - Производство машин и оборудования для изготовления текстильных, швейных, меховых и кожаных изделий.

С точки зрения классификации изделий в соответствии с товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности (далее ТН ВЭД)⁵ текстильные материалы и текстильные изделия входят в раздел XI.

В глобальном рейтинге самых быстрорастущих рынков одежды Россия занимает 2 место одежды (GAGR19 9,9%). От общего объема рынка доля легкой промышленности занимает 1,04%. Значительная часть продукции предприятий легкой промышленности реализуется через цифровые платформы (по разным оценкам от 30 до 45 %).⁶ По данным Росстата весь 2024 г. запасы товаров в системе розничной торговли неуклонно росли во всех субъектах РФ, кроме субъектов с региональными особенностями, например Республики Коми и Республики Ингушетии, исключения не обусловлены состоянием рынка, даже в Чукотском автономном округе и Камчатском крае, где есть проблемы обусловленные логистикой, товарные запасы растут. В Центральном федеральном округе рост составил 22 % с 1 до 1,22 трлн. руб., а в Северо-Западном федеральном округе товарные запасы выросли с 368,9 до 409,8 млрд руб.⁷

⁵ Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Содружества независимых государств (ТН ВЭД СНГ) (на основе 6-го издания Гармонизированной системы описания и кодирования товаров)

⁶ В 2023 году объем рынка розничной интернет-торговли в России составил 7,8 трлн рублей и 5,03 млрд заказов; Темпы роста количества заказов – +78%. Объем рынка в рублях вырос на 44%. Интернет-торговля в России 2024. https://datainsight.ru/eCommerce_2023?ysclid=m4gyxn442s29058438

⁷ Федеральная служба государственной статистики. Розничная торговля и общественное питание. <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>

Данные показатели влияют на развитие отрасли легкой промышленности по ряду причин: во-первых, рынок одежды и текстиля имеет хорошие перспективы для роста; во-вторых, от конкурентоспособности российских производителей и продавцов зависит то, кто займет новое рыночное пространство; в-третьих, конкуренция с цифровыми торговыми платформами требует упрощения процедур в физической экономике.

Значимость роста и конкурентоспособности российской легкой промышленности связана с развитием регионов, поскольку массовое производство и реализация товаров народного потребления решает социально-экономические проблемы и способствует благосостоянию населения в тех субъектах РФ, где эффективно работают предприятия. Текстильные производства в целом имеют хорошую экономическую перспективу. Так, за 4 года рентабельность производства с 5,5% в 2019 году увеличилась до 13,8% в 2023 году (рисунок 1.2.)⁸, однако для сохранения положительной динамики необходима надёжная и простая система сбыта продукции.

Важность развития легкой промышленности связана с обеспечением экономического роста регионов и поддержания занятости населения на высоком уровне. **Выпуск большинства видов продукции легкой промышленности отличается повышенной трудоемкостью, поэтому важнейшим фактором размещения производств является стоимость рабочей силы**⁹. Системное развитие легкой промышленности, её дебюрократизация, обеспечивает условия для создания большего количества рабочих мест и снижения уровня безработицы в регионах, экономического роста там.

⁸ Куренков В.А., Генералова А.В., Соколов Л.А. Защита рынка продукции легкой промышленности как условие развития отрасли // Экономическая безопасность. – 2024. – Том 7. – № 4. – С. 985-998.

⁹ Гельвановский М.И., Колпакова И.А., Лев М.Ю., Биляк С.А. Государственная ценовая политика как фактор экономической безопасности в системе мер по стимулированию экономического роста // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2015. № 6. с. 91-98.

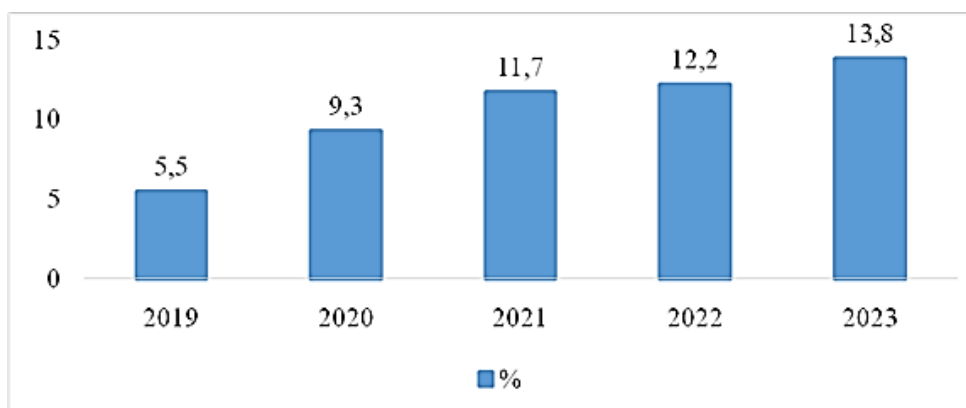


Рисунок 1.2. - Диаграмма динамики рентабельности производства текстильных изделий с 2019-2023 гг.¹⁰

Отдельные предприятия легкой промышленности способствуют сохранению культурного наследия страны, они осуществляют воспроизводство традиционных ценностей посредством сохранения народного промысла различных этносов, отражая культурную самобытность народов России. Текстильная промышленность, особенно бизнес МСП, зависит от спроса потребителей на отечественную брендованную продукцию. Легкая промышленность в сфере традиционных промыслов удовлетворяет спрос на самобытные товары и требует особой системы маркировки, отражающей их аутентичность, такая маркировка стимулирует технологические инновации.

По мнению ряда российских ученых¹¹ в период с 2004 по 2017 гг. российская легкая промышленность оказалась перед лицом институциональных преобразований — разгосударствления и децентрации производства, — «являвшихся основными элементами программы по разрушению административно-плановой системы». Однако, становление отрасли в регионах по основным показателям было весьма стабильным только до 2020 года. Если емкость мирового рынка в 2019 году ориентировочно была

¹⁰ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 07.10.2024)

¹¹ Сутягин В. С. Легкая промышленность и производство товаров длительного пользования. Большая российская энциклопедия 2004–2017. 2004. URL: <https://old.bigenc.ru/text/5046357> (дата обращения: 07.10.2024)

около 3 трлн долл. США, то к 2020 году снизился показатель до 1,1– 1,3 трлн. дол. США из-за локдауна, связанного с пандемией COVID-19, в период которого административные методы планирования и традиционные методы производства и потребления продукции легкой промышленности были изменены по объективным причинам.

В РФ нестабильный рост ВВП, в области легкой промышленности ситуация с учётом инфляции и снижения покупательной способности населения может характеризоваться как сложная. Фактически по оценке Росстата, в 2023 году ВВП превысил уровень 2022 года на 3,6%, к уровню 2021 году - превысил на 2,3%.¹² Если, легкая промышленность составила в 2023 году 6% в мировом валовом продукте, то в структуре российского ВВП этот показатель не превышает 3-4% и характеризуется как доля в четверть от обрабатывающей промышленности, которая вся 13,5% ВВП по данным Росстата.¹³ В секторе текстильной и легкой промышленности в 2023 году выпуск продукции вырос до +4,3% г/г после +3,9% г/г в 2022 году.¹⁴ Однако проблема сбыта остаётся актуальной и товарные запасы растут.

Текстильная промышленность — группа отраслей лёгкой промышленности, занятых переработкой растительных (хлопок, лён, пенька, кенаф, джут, рами), животных (шерсть, шёлк коконов шелкопряда), искусственных и синтетических волокон в пряжу, нити, ткани. показатели Вывод о том, что показатели «отрасли будет определяться объемом оказываемой государством поддержки»¹⁵ был сформулирован до пандемии и актуален до сих пор. Если регуляторы будут оказывать на текстильные производства административное давление, то тренды роста рынка на уровне инфляции вероятно обернутся спадом в отрасли на 10-12%.

¹² О текущей ситуации в российской экономике. Итоги 2023 года. Минэкономразвития. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/a30ffe689e1cd3fa8f083b2d7aa36cb1/o_tekushchey_situacii_v_rossiyskoy_ekonomike_itogi_2023_goda.pdf (дата обращения: 07.10.2024)

¹³ <https://rosstat.gov.ru/statistics>

¹⁴ Обзор текстильной и легкой промышленности России – 2023.

¹⁵ Бутов А.М. Рынок продукции текстильного производства. 2017.

Анализ рынка предполагает определение соотношения уровня производства и потребления, поскольку данные процессы находятся в зависимости друг от друга. Промышленное производство товаров легкой промышленности имеет тенденцию к увеличению, при этом и потребление также увеличивается из года в год (рисунок 1.3). Так, рост промышленного производства с 2018 года по 2022 составлял более 10%, по итогам 2023 года – 3,5% в отношении прошлого года. При этом рост потребления с 2019 года по 2022 год составил 6,2%. Действительно, производство растет активным темпом, и рост потребления немного меньше, однако по данным, потребление россиян в три раза превышает возможности отечественных производств.

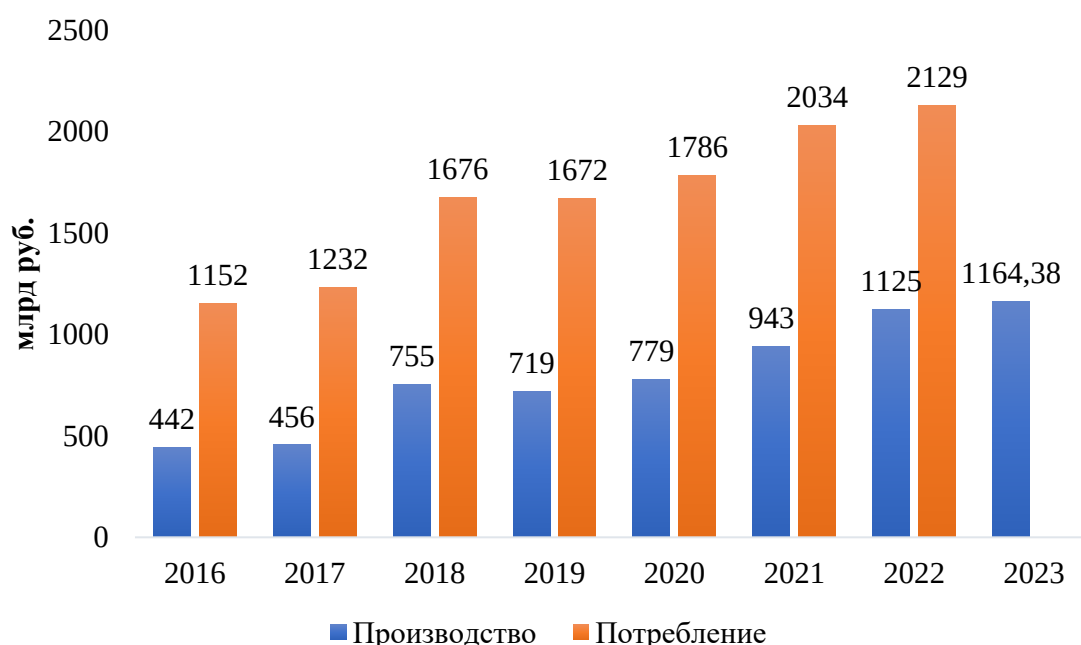


Рисунок 1.3. - Диаграмма динамики объемов производства и потребления товаров легкой промышленности в России в период с 2016-2023 гг.¹⁶

Анализ промышленной активности в виде производственного индекса показывает снижение создаваемой в процессе производства стоимости в результате реального роста выпуска товаров. При этом производство

¹⁶ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 07.10.2024)

Развитие легкой промышленности России в 2016–2021 гг./ Легпром России. [https:// ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2021/12/razvitie-legkoj-promyshlennosti-rossii-v-2016-2021-gg.jpg](https://ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2021/12/razvitie-legkoj-promyshlennosti-rossii-v-2016-2021-gg.jpg) (дата обращения: 18.10.2024)

текстильных изделий (ОКВЭД 13) еще в 2021 году росло по сравнению с предыдущими годами (рисунок 1.4.), однако уже в 2022 году показатель снизился на 21,4%. Производство одежды (ОКВЭД 14) с 2018 года имеет тенденцию к снижению, в период пандемии COVID-19 в 2020 году производственный индекс имеет самый низкий показатель по сравнению со всеми представленными годами – 103,5%. Производственный индекс производства кожи и изделий из кожи (ОКВЭД 15) также в 2020 году имеет самый низкий показатель -88,1%, однако в 2021 году данный показатель вырос на 28,5%, а уже в 2022 году снова снизился на 18,3%.

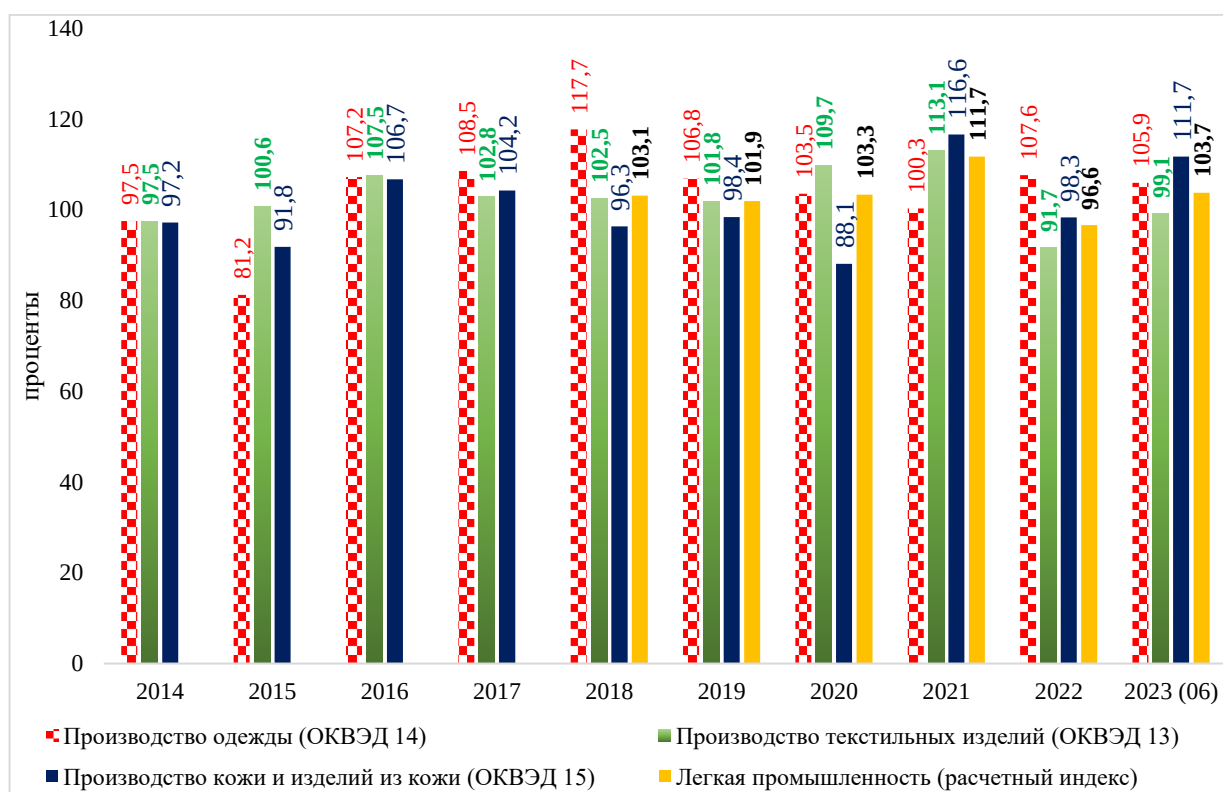


Рисунок 1.4. –Диаграмма динамики производственного индекса легкой промышленности (в процентах) ¹⁷

Несмотря на то, что с 2021 года производство в исследуемой отрасли стремится к увеличению, и в период с 2013 по 2017 гг. продажи одежды в России увеличились всего на 1,3%, в России **более 80% товаров легкой**

¹⁷ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 18.10.2024)

Итоги развития легкой промышленности России в 2015-2019 гг. перспективы отрасли в 2020-2025 гг./ Инновационный центр текстильной и легкой промышленности. 2020. 17 с.

промышленности – импортные, которые имеют спрос у населения. При этом потенциал и динамика развития секторов отрасли значительно велики, так, совокупный среднегодовой темп роста российского рынка одежды составляет 10%, однако общая доля легкой промышленности в суммарном объеме российского рынка составляет всего 1%.

Производство текстильных изделий в отраслевой структуре занимает почти половину от всего объема производства в легкой промышленности, производство одежды - 38,6%, а производство кожи и изделий из кожи - 16% по состоянию на 2023 год (рисунок 1.5). Изменения по структуре незначительны по сравнению с 2022 годом, больший объем приходится на производство текстильных изделий.

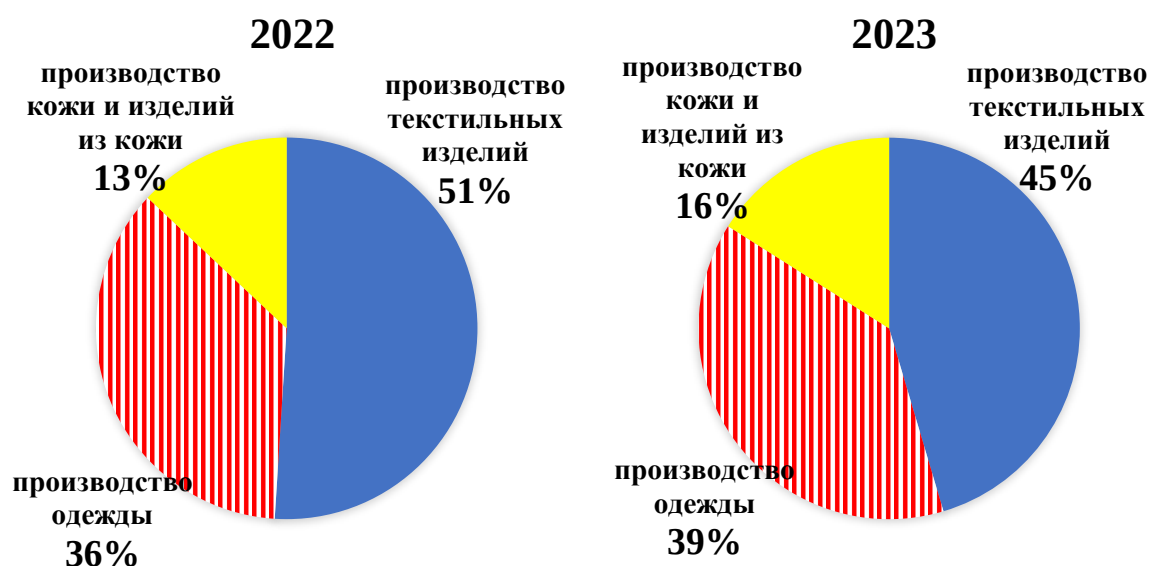


Рисунок 1.5. - Структура распределения производства легкой промышленности за 2022-2023 гг.¹⁸

Стоит отметить, что в 2020 году производство хотя и занимало почти половину всего объема производства -48%, производство одежды находились на уровне 40%. При этом, именно спецодежда и различного вида униформа формировала более половины всех заказов (52%) по ОКВЭД 14. (рисунок 1.6).

¹⁸ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 19.10.2024)

Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с



Рисунок 1.6. - Структура распределения производства легкой промышленности в 2020 г.¹⁹

В 2023 году по структуре распределения объема производства изготовление одежды также занимает 50% от всего объема производства одежды. За последние 3 года на 7% увеличилась доля по реализации трикотажных изделий. В части производства текстильных изделий с 2020 года значительно снизилось производство «материалов нетканых» с 35% до 12%, уже в 2023 году значительную долю от всего объема производства -32% - занимает производство тканей готовых из синтетических и искусственных волокон и нитей (рисунок 1.7).



Рисунок 1.7. - Структура распределения производства легкой промышленности по направлениям в 2020 г.²⁰

Как уже отмечалось, потребность россиян в товарах намного превосходит возможности национальной экономики по производству, что

¹⁹ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 19.10.2024)

²⁰ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 28.10.2024)

объясняет большой объем (более 82%) реализованных импортных товаров на рынке. Объем импорта товаров легкой промышленности до 2020 года формировался с нарастающим итогом, однако под влиянием внешних факторов в 2021 году данный показатель снизился более чем на 24% по сравнению с предыдущим годом, составив 853 млрд рублей. В 2023 году импортные товары стали вновь иметь тенденцию к повышению, составив 18 млрд долл. США, превысив на 20,4% показатель в 2022 году (рисунок 1.8).

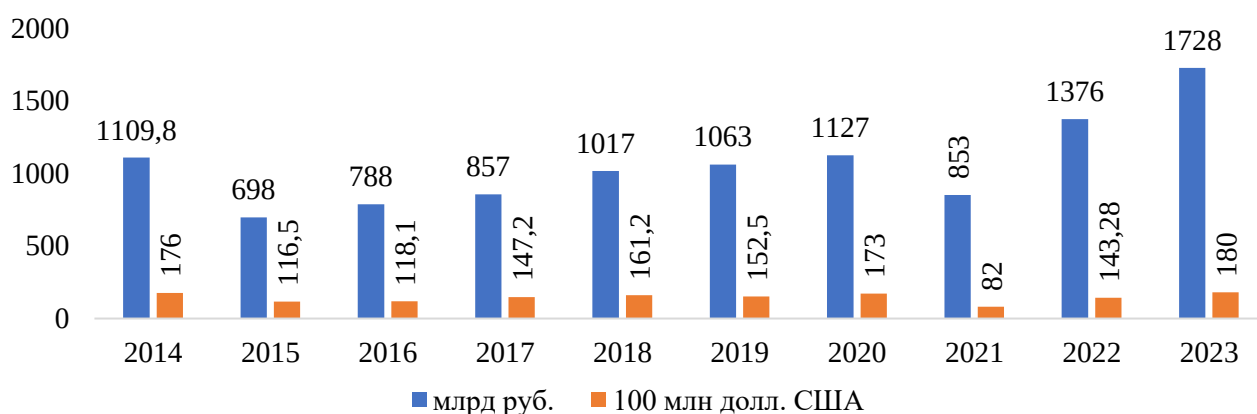


Рисунок 1.8. - Диаграмма динамики объемов импорта товаров легкой промышленности за 2014-2023 гг.²¹

Основными странами, которые осуществляли импорт продукции легкой промышленности в Россию до 2020 года являлись: Беларусь, Китай, Италия, Германия, Узбекистан, Турция, Индия, Индонезия, Бангладеш, Вьетнам. По доле общего объема импорта товаров Китай в 2019 лидирует – 44% (в 2018 году – 40%), у Вьетнама и Индонезии - 26,6% и 16,2% соответственно. Причем из Китая в основном поступают такие товары, как: одежда и обувь. Стоит отметить, что Китай продолжает играть центральную роль в мире производства одежды. Так, с января по август 2022 года Китай произвел около 23,24 миллиарда единиц одежды, экспортировал одежду и аксессуары для

²¹ Итоги развития легкой промышленности России в 2015-2019 гг. перспективы отрасли в 2020-2025 гг./ Инновационный центр текстильной и легкой промышленности. 2020. 17 с.Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/>(дата обращения: 28.10.2024)

Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

Итоги развития легкой промышленности России в 2015-2019 гг. перспективы отрасли в 2020-2025 гг./ Инновационный центр текстильной и легкой промышленности. 2020. 17 с.

одежды на сумму 118 миллиардов долларов США, что на 11,6% больше по сравнению с 2021 годом. Причины таких высоких показателей:

- обширная рабочая сила;
- передовые производственные мощности;
- отлаженная цепочка поставок.

Последние разработки в швейной промышленности Китая включают растущее внимание к устойчивому развитию и экологически чистым практикам. Это соответствует мировым тенденциям в сторону более ответственного и этичного производства. Более того, технологические достижения в области автоматизации и цифровизации проложили путь к повышению эффективности и точности в производстве одежды. Доминирование Китая в швейной промышленности является результатом многолетнего опыта, инвестиций и адаптивности в секторе, отмеченном постоянными изменениями. Приверженность КНР инновациям, относительно дешевой рабочей силе и современным производственным мощностям позволяет ей оставаться на переднем крае отрасли.

На поставку сырья из Китая для изготовления одежды на российском рынке приходится треть от всего российского импорта, в связи с чем возникает угроза с оперативным замещением данного сырья из других стран, однако возникает возможность повысить производительность легкой промышленности, возобновив импортозамещение по закупке волокон.

Бангладеш также играет ключевую роль на Российском рынке, кроме того страна подняла свои позиции в секторе производства одежды в первую очередь за счет высокого роста экспорта одежды. В 2022 году Бангладеш утроил свою долю экспорта одежды, достигнув 7,9%, экспортировав одежду на сумму 45 млрд. долл. США. Страна стала ключевым игроком в глобальной цепочке поставок, производя широкий ассортимент одежды для многочисленных международных брендов и ритейлеров. Этот рост можно объяснить несколькими факторами:

- конкурентоспособные цены;
- многочисленная и экономически эффективная рабочая сила;
- преференциальные торговые соглашения со многими странами.

Импорт из Вьетнама составил по долевому показателю более 26%. В 2022 году экспортный оборот в этой стране достиг 44 млрд долларов США, что на 10% больше, чем в 2021 году. Ее рост можно объяснить несколькими факторами, такими как:

- благоприятные торговые соглашения;
- увеличение иностранных инвестиций;
- квалифицированная рабочая сила.

Одной из сильных сторон Вьетнама является его участие в различных торговых соглашениях, как: Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о Транстихоокеанском партнерстве (СРТПР); Соглашение о свободной торговле между Европейским союзом и Вьетнамом (EVFTA). Эти соглашения предоставляют Вьетнаму более легкий доступ к международным рынкам, обеспечивая конкурентное преимущество за счет снижения тарифов на его экспорт.

Турция также занимает четвертое место в списке крупнейших экспортеров текстиля. За первые шесть месяцев 2022 года объем отрасли достиг 6,8 млрд долларов США. Турция имеет конкурентоспособную швейную промышленность с акцентом на «быструю моду». Сочетая рентабельное производство с современными тенденциями дизайна, швейная промышленность предлагает быстрый оборот модной одежды для удовлетворения мирового спроса. Гибкие производственные процессы позволяют проводить ускоренные циклы от дизайна до выхода на рынок, что делает его популярным местом для модной и доступной одежды. Странами, из которых Турция импортирует больше всего товаров, являются Германия, Россия, США, Италия, Ирак, Швейцария, Франция, Испания, Великобритания и Нидерланды, соответственно.

По статистическим данным за 9 месяцев 2023 года доля импорта продукции текстильной промышленности в общем объеме импорта в Российскую Федерацию – 6,2%, и более 58%²² - приходится на долю импортной продукции в данной отрасли промышленности. За данный период доля товаров «одежда» в общем объеме импортируемых товаров составила 43,7%, «обувь» -25,5, «текстильные изделия» – 24,6% (рисунок 1.9).

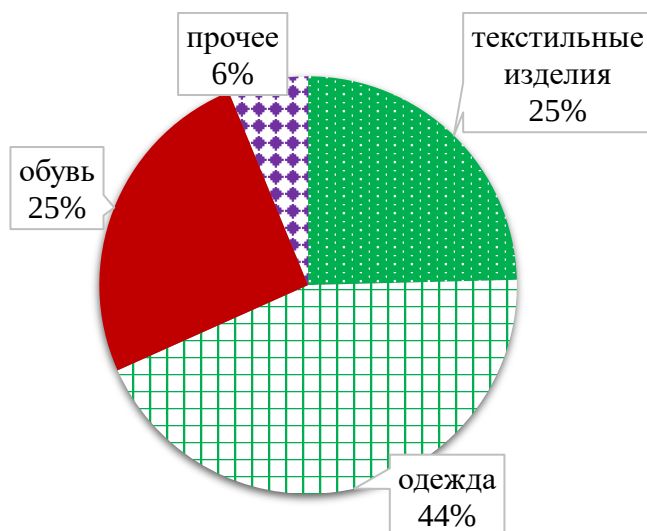


Рисунок 1.9. – Структура объема импорта товаров легкой промышленности за 9 месяцев 2023 года

Причина такового высокого объема импортных товаров связана с одной стороны с низким уровнем производства по сравнению с потребностью населения в продукции данной отрасли, с другой стороны – с качеством российских товаров. Так, бренды, которые производят изделия наиболее качественные – класса люкс- используют люксовые материалы, которые в основном доставляют из Англии, Италии. При этом масс-маркет, рассчитанный на массового потребителя, закупает импортные наиболее дешевые и функциональные товары в отличие от российских в виде текстиля, одежды, обуви из Китая, Турции, Вьетнама, Бангладеш.

Данная отрасль народного хозяйства участвует в формировании общего показателя экспорта. Экспортные операции легкой промышленности

²² Итоги развития легкой промышленности России в 2015-2019 гг. перспективы отрасли в 2020-2025 гг./ Инновационный центр текстильной и легкой промышленности. 2020. 17 с.

способствуют экономическому развитию. Легкая промышленность способна удовлетворять высокие экспортные потребности. Учитывая, что предприятия легкой промышленности должны экспортировать больше, необходим и более высокий уровень производительности. Это означает, что для поддержания работы фабрик потребуется большее количество сотрудников, что повышает уровень занятости. Когда легкая промышленность экспортирует больше товаров, это также улучшает поток средств в стране, стимулируя потребительские расходы и экономическое развитие.

Очевидно, что показатели по экспорту товаров легкой промышленности в десять раз ниже показателей по импорту. Однако темпы экспорта товаров с 2016 года имеют тенденцию к стабильному росту (рисунок 1.10). Стоит отметить, что темпы роста объемов экспорта и импорта с 2015 года с 2015 год по 2020 год в равной степени увеличивались: на 61% в долларовом эквиваленте и 45% в рублевом (рисунок 1.8, рисунок 1.10).

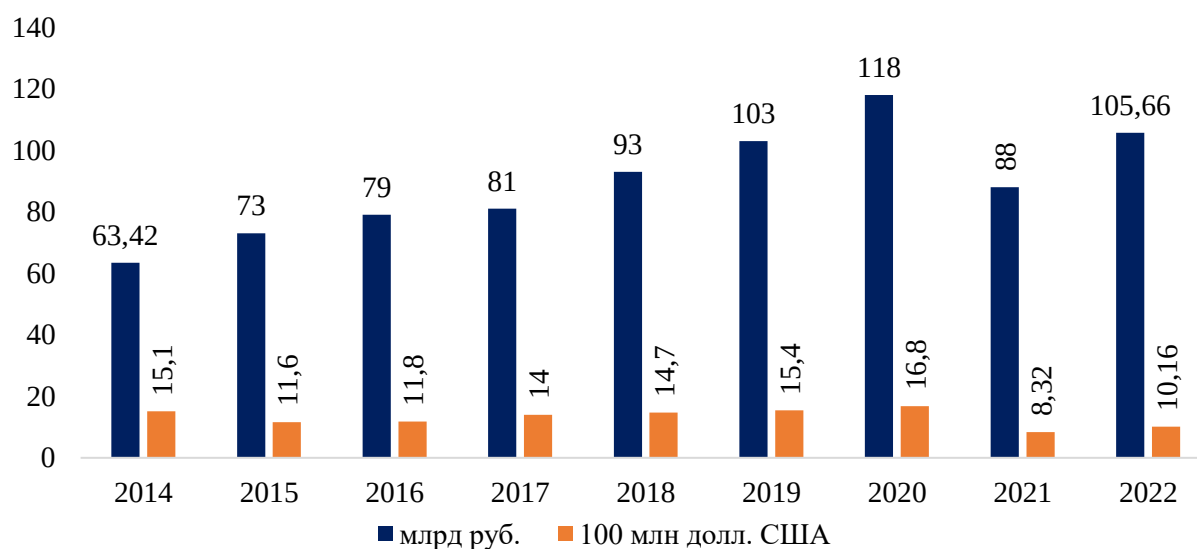


Рисунок 1.10. - Диаграмма динамики объемов экспорта товаров легкой промышленности за 2014-2023 гг.²³

²³ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 30.10.2024)

Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

Итоги развития легкой промышленности России 2015–2019 гг. Перспективы отрасли в 2020–2025 гг. Инновационный центр текстильной и легкой промышленности 2019 г.

Страны, в которые активно импортируют российские товары легкой промышленности: Казахстан и Беларусь. При этом больший объем продаж приходится на одежду, обувь, ткани, натуральный мех и изделия из него. Однако, такой внешний фактор, как пандемия COVID-19, оказала негативное воздействие на производство, спрос, экспорт и импорта товаров легкой промышленности, его показатели снизились на треть²⁴. Однако, с 2021 года функционирование отрасли стало налаживаться. Так в 2022 году по сравнению с 2021 годом продажи одеждой увеличились на 36,6%, обуви –на 16,98%, ткани –на 12,2%, необработанные шкуры и изделия из него -9,67%, снизились продажи по таким статьям, как: нетканые ткани-7%, натуральный мех и изделия из него – 34%²⁵.

Тем не менее сальдо торгового баланса Российской Федерации по позициям легкой промышленности в международной торговле на протяжении исследуемого периода отрицательное, а импорт значительно превышает экспорт. Спрос на текстиль, обувные изделия, фурнитуру, комплектующие изделия, готовую одежду удовлетворяется в основном за счет импорта. Китай предоставляет продукцию массового потребления, фурнитуру, оборудование (редко Япония); Италия, Англия в основном продукты мануфактуры люксовых брендов (ткани); Германия - фурнитуру; Турция –одежду и трикотаж; Корея –хлопковые и джинсовые ткани. Россия в основном из сырья производит ткани из льна, футера и хлопка. По мнению ряда экспертов, отраженных в «Исследовании рынка легкой промышленности и моды Красноярского края»,²⁶ российское сырье сильно отличается по качеству и цене не в лучшую сторону, поэтому российские предприятия чаще осуществляют закупки из других стран.

²⁴ Развитие легкой промышленности России в 2016–2021 гг. Легпром России. <https://ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2021/12/razvitie-legkoj-promyshlennosti-rossii-v-2016–2021-gg.jpg> (дата обращения: 31.10.2024)

²⁵ Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 31.10.2024)

²⁶ Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

Наиболее перспективные направления внутреннего производства ориентированы на выпуск технического текстиля, спецодежды и спецобуви, натуральные и химические волокна и нити, ткани из них. Технический текстиль используют в основном для производства защитной одежды, в автомобильной промышленности, вагоностроении, медицине; геотекстиль - для строительства инфраструктуры, агротекстиль - в агропромышленной сфере. На данные товары возрастает спрос, что создает перспективы для развития этих видов продукции.

Следует отметить, что Российская Федерация имеет ряд позитивных условиях для развития легкой промышленности, а именно: развитая нефтяная и химическая промышленность, высокий спрос на товары легкой промышленности среди населения и других отраслей бизнеса. При налаживании производства и сбыта химических волокон и нитей, синтетического текстиля для B2C и B2B секторов можно сформировать потенциал для ускорения развития отрасли легкой промышленности. Замена производства натуральных тканей синтетическими позволит восполнить значительный объем сегмента легкой промышленности, вследствие чего возрастет возможность роста уровня импортозамещения продукции.

1.2. Анализ развития субъектов малого и среднего бизнеса в легкой промышленности

Развитие малого и среднего бизнеса – одна из ключевых задач государства даже в условиях дефицита рабочей силы, поскольку экономическая роль МСП очевидна: повышение благосостояния и создания удобных для граждан рабочих мест; регулирование уровня безработицы по регионам; предоставление сопутствующих услуг; повышение качества товаров, работ и услуг за счет повышения уровня конкуренции на рынке; социально-экономическое развитие регионов за счет заполнения рыночной ниши. Данный комплекс факторов способствует удовлетворению запросов различных категорий граждан-потребителей о сбалансированному росту экономики.

Реализация творческого потенциала населения также возможна за счет развития малого и среднего предпринимательства в текстильных отраслях. Как и во всей легкой промышленности, здесь необходимы специалисты творческой направленности для формирования конкурентоспособной индустрии. При эффективной работе МСП рынок наполняется разнообразными товарами как для бизнеса, так и для массового потребительского сектора. Монополизированный ТНК рынок исключает возможность рационального и эффективного управления бизнесом, ведёт к снижению уровня его конкурентоспособности и развития в целом, способствует повышению цен и падению качества продукции.

Субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП), субъекты малого предпринимательства (СМП) имеют общий правовой режим и, если в сфере производства текстиля достаточно много среднего бизнеса, то почти вся розничная торговля текстилем представлена СМП. На основании

Федерального закона РФ № 209-ФЗ²⁷ классификация МСП предполагает работу следующих видов предпринимателей: средние, малые, микропредприятия²⁸.

В соответствии со «Стратегией развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года» предложено включить производство технического текстиля в перечень приоритетных направлений. Целеполагание Стратегии развития данной отрасли до 2035 года также включает обеспечение стратегически значимых отраслей технологичной текстильной отечественной продукцией с высокой добавленной стоимостью.

Успешность развития рынка легкой промышленности отражается в изменении числа хозяйствующих субъектов. Так, общее количество предприятий постепенно снижается, вместо прироста наблюдается их снижение: с 2017 по 2023 год на 41% (рисунок 1.11), что создает необходимость постановки вопроса об оптимальности условий для развития отрасли.



Рисунок 1.11. - Общее количество предприятий в легкой промышленности за период 2017-2023 гг.

В структуре деятельности предприятий в легкой промышленности основную долю занимают микропредприятия (таблица 1.1.). В 2020 году действовало около 20 тысяч предприятий легкой промышленности, из которых более 15 тысяч относятся к малым и микропредприятиям с

²⁷ Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 29.05.2024)

²⁸ Субъекты малого и среднего предпринимательства - хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), в том числе к микропредприятия, и средние предприятия, сведения о которых внесены в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

численностью менее 100 человек. Причем при общем снижении количества предприятий в отрасли с 2017 по 2023 годы из года в года растет общая доля микропредприятий, так, в 2017 году их доля составляла 57%, в 2023 году уже 64,3%. Высокая доля малого и среднего предпринимательства в сфере легкой промышленности отражает зависимость регионов от их деятельности, что указывает на значимость такой организационно-правовой форме в стране.

Таблица 1.1. - Показатели количества и структуры предприятий в легкой промышленности за 2017-2023 гг.

	2017	2018	2019	2020	2023
Общее количество субъектов хозяйствования в отрасли, тыс.	24,4	22,3	20,1	20	17,2
Крупные и средние предприятия, тыс. (доля в общем количестве предприятий, %)	7,7 (31,5%)	6,0 (27%)	4,8 (23,9%)	5 (25%)	4,2 (24%)
Малые предприятия, тыс. (доля в общем количестве предприятий, %)	2,8 (11,5%)	2,8 (12,5%)	2,6 (12,9%)	15 (75%)	2 (11,7)
Микропредприятия, тыс. (доля в общем количестве предприятий, %)	13,9 (57%)	13,5 (60,5%)	12,7 (63,2%)		11 (64,3%)

Еще в 2011 году в сфере легкой промышленности осуществляли свою деятельность около 29 тысяч предприятий, 49 тысяч индивидуальных предпринимателей и 3,4 тысяч малых предприятий²⁹. В последующие года наблюдалось постепенное снижение числа МСП вплоть до 2020 года. Так, в период с 2018 по 2020 года число организаций снизилось на 4,4 тыс. единиц. В 2020 году функционировало 41,7 тысяч единиц, в 2021 – 44 тысяч единиц, в 2022 году 46,7 тысяч субъектов МСП³⁰ (рисунок 1.12.).

²⁹ Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России: докл. к XV Апр. междунар.науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 1–4 апр. 2014 г. / В. В. Радаев (рук. исслед. кол.), В. Н. Данилина, З. В. Котельникова, Е. А. Назарбаева ; Нац.исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014 — 333, [1] с.

³⁰В 2022 году больше всего МСП-предприятий текстильной промышленности открылось в сфере спортивной, детской одежды и аксессуаров/ Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства. URL:

https://corpmsp.ru/pres_slujba/news/v_2022_godu_bolshe_vsego_msp_predpriyatij_tekstilnoj_promyshlennosti_otkrylos_v_sfere_sportivnoy_det/ (дата обращения: 11.11.2024)

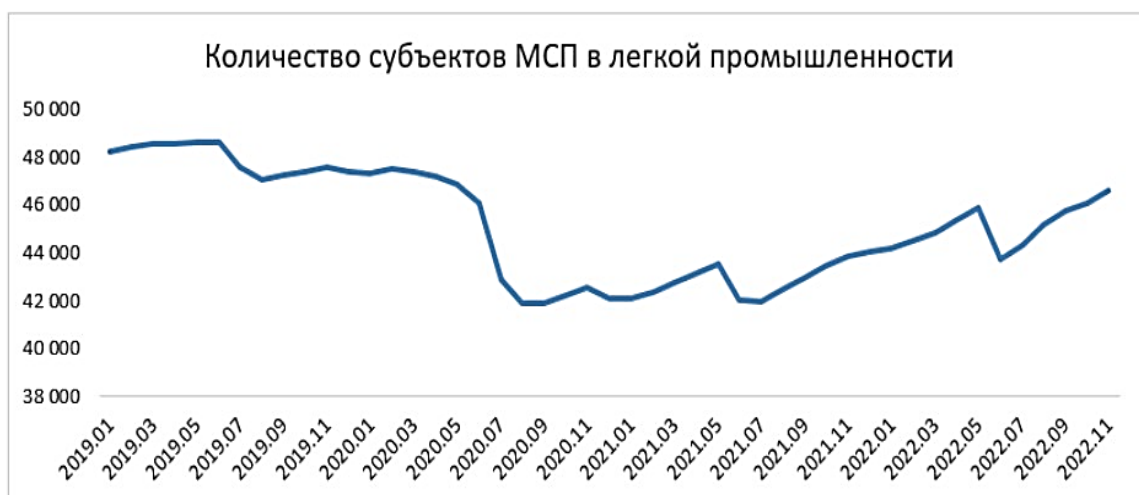


Рисунок 1.12. – Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в России за период 2019-2022 гг.^{31, 32}

Согласно единому реестру субъектов МСП в России, в 2024 году насчитывается более 6,4 млн субъектов, поэтому доля бизнес-единиц, задействованных в сфере легкой промышленности, составляет величину меньше 1%. Вместе с тем, ввиду специфики работы, невысокой требовательности к объему сырья и капитала, привязки к региону, производство в основном осуществляют именно малые или средние предприятия, ориентированные на массовый выпуск.

В 2019 году было зарегистрировано около 22 тысяч субъектов хозяйствования в сфере легкой промышленности. В 2023 году в отрасли легкой промышленности функционирует около 17 тысяч предприятий, из них 31% - предприятия текстильной промышленности (в 2024 году – 33%), 60% - предприятия по производству одежды (в 2024 году -58%)³³ и 9% - предприятия кожевенно-обувной промышленности (в 2024 также 9%). При этом, в течение

³¹ Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России: докл. к XV Апр. междунар.науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 1–4 апр. 2014 г. / В. В. Радаев (рук. исслед. кол.), В. Н. Данилина, З. В. Котельникова, Е. А. Назарбаева ; Нац.исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014 — 333с.

³² Стратегия развития легкой промышленности Российской Федерации до 2035 года. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации

³³ В сфере легкой промышленности действуют 1400 предприятий / Российские экспортеры. Единый информационный портал. URL: <https://www.rusexporter.ru/news/detail/35727/> (дата обращения: 07.10.2024)

4-х лет (с 2019 по 2023 годы) доля распределения продукции по ОКВЭД осталась почти неизменной (таблица 1.2).

Таблица 1.2. – Доля распределения продукции по ОКВЭД в сфере легкой промышленности за 2019,2023 гг.

	2019	2023
Одежда (ОКВЭД 14)	60%	60%
Текстиль (ОКВЭД 13)	30%	31%
Кожа и изделия из кожи (ОКВЭД 15)	10%	9%

Фактически в МСП легкой промышленности большая часть предприятий относятся к малым и микропредприятиям с численностью менее 100 человек. При этом в 2023 году самые большие обороты продукции, которые производит малый и средний бизнес имелись в секторах: «одежда» (17%) и «швейное производство» (8%).³⁴ Количество производителей из сегмента малого и среднего бизнеса в сегментах детской и спортивной одежды увеличилось за 2022 год – с 1,4 тыс. до 2,3 тыс. предприятий. Таким образом, рост МСП-производителей в этих сегментах в 2022 году вышел на уровень 50%. По данным Корпорации МСП, каждое четвертое предприятие легкой промышленности, относящееся к малому и среднему бизнесу, осуществляет деятельность в сферах детской, спортивной одежды и аксессуаров.³⁵

Развитие малых и средних городов сильно связано с высоким уровнем развития малого и среднего бизнеса. Так, около 2/3 расходов малого предприятия приходится на тот регион, в котором оно осуществляет свою деятельность³⁶. Текстильная промышленность в основном концентрируется в

³⁴ В России собственное производство малых и средних компаний выросло почти на 30% / ИзвестияIZ URL: <https://iz.ru/1661665/2024-03-07/v-rossii-sobstvennoe-proizvodstvo-malykh-i-srednikh-kompanii-vyroslo-rochti-na-30> (дата обращения: 11.11.2024)

³⁵ В легкой промышленности РФ зафиксирован наибольший рост количества предприятий МСП в сегментах детской и спортивной одежды / Центр Развития предпринимательства Московской области. URL: <https://mspmo.ru/news/v-legkoy-promyshlennosti-rf-zafiksirovan-naibolshiy-rost-kolichestva-predpriyatiy-msp-v-segmentakh-d/> (дата обращения: 07.10.2024)

³⁶ Дорофеева А.М. Текстильная и легкая промышленность как сферы государственного регулирования // Будущее науки — 2020, 2020 г.

Ивановской, Тверской, Брянской, Московской областях³⁷. Швейные предприятия размещены в большей степени в Московской, Смоленской и Кировской областях. Обувные предприятия - традиционно в Московской, Ленинградской, Ярославской, Ростовской, Челябинской, Кировской областях и в Краснодарском крае. Кожевные предприятия располагаются в Смоленской, Тверской, Ленинградской, Ярославской, Кировской, Нижегородской и Рязанской областях.

Факторы размещения предприятий легкой промышленности зависят от инфраструктуры, географического расположения, демографических показателей, научно-технического прогресса, покупательской способности, социально-экономического развития региона. При этом основными факторами производства продукции чаще относят: сырьевые, трудовые, и потребительские резервы. Так, текстильная промышленность учитывает все указанные факторы с учетом производства различного типа сырья: льна, хлопка, нетканых материалов и синтетического волокна (в центрах переработки нефти и газа во всех регионах), Швейное производство развито повсеместно, учитывая в основном трудовые и потребительские резервы. В кожевном деле значима близость к местам переработке сырья в районах животноводства, пошив при этом производится повсеместно.

Снижение количества МСП негативно влияет на возможности создания рабочих мест и становится одним из факторов распространения неравенства доходов в обществе. Учитывая тот факт, что по разным оценкам доля МСП в российской легкой промышленности составляет от 75% до 90%, то занятость населения напрямую влияет на уровень безработицы в регионах. Так, более 70% рабочих мест в регионах обеспечивает именно МСП с разными

³⁷ Среднесписочная численность швей, 2022. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2022/11/snimok-ekrana-2022-11-08-v-05.22.42.jpg> (дата обращения: 14.11.2024)

³³ Крупнейшие производители продукции легкой промышленности, 2022. URL: Легпром России. <https://www.ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2022/10/snimok-ekrana-2022-10-05-v-18.07.09.jpg> (дата обращения: 14.11.2024)

требованиями по квалификации, обеспечивая работой даже представителей социально уязвимых слоев населения.

Среднесписочная численность сотрудников в легкой промышленности до 2018 года росла (рисунок 1.13), однако ввиду факторов внешнего воздействия и снижения количества самих субъектов малого и среднего предпринимательства (рисунки 1.11, 1.12) уменьшился и объем занятых в сфере легкой промышленности: с 304 тыс. человек в 2018 году до 282,9 тыс. человек в 2023 году.



Рисунок 1.13 – Диаграмма динамики среднесписочной численности сотрудников в сфере легкой промышленности за период 2017- 2023 гг.

Заработная плата работников зависит от социально-экономического уровня регионов и инфляции по стране. Фонд заработной платы включает суммы оплаты труда в денежной и неденежной формах. Оплата включает компенсационные выплаты, связанные с условиями труда и режимом работы, доплаты и надбавки, премии, единовременные поощрительные выплаты, а также оплату питания и проживания, имеющую систематический характер. Средняя заработная плата в отрасли рассчитывается как отношение фонда начисленной заработной платы к средней численности всех работников. Так среднемесячная заработная плата работников по стране в 2017 году составляла 20 954 рубля, в 2018 году – 22 858 рубля, 2019 – 24 404 рубля. В 2023 году средняя заработная плата за месяц в производстве текстильных изделий равна 41,4 тыс. рублей, одежды – 31,3 тыс. рублей, кожи и изделий из нее – 40,9 тыс. рублей, а в целом в обрабатывающей промышленности – 66,5 тыс. рублей. Годовой объем заработной платы в текстильной промышленности с 2019 года имеет выраженную тенденцию к повышению (рисунок 1.14).



Рисунок 1.14. - Динамика средней заработной платы в текстильной промышленности за 2019-2023 гг.³⁸

Однако необходимо сопоставить уровень инфляции и процентное соотношение повышения заработной платы. Так, в 2019 году инфляция по данным Росстата составляла 3,05%, такое значение считается умеренным. В 2020 году уровень инфляции в России составил 4,91%, в 2021 – 8,39% и в 2022 – 11,94%³⁹. С 2020 года наблюдался стабильный рост уровня инфляции в России вплоть до 2022 года. Повышение заработной платы по большей части соответствует уровню инфляции, при этом стоит учитывать усредненный показатель по совокупности всех регионов.

Важно, что заработная плата в отраслях легкой промышленности является одной из самых низких среди других отраслей экономики России. И при общем сокращении численности сотрудников формируется дефицит рабочих и инженеров. Одним из факторов такой ситуации является теневой бизнес, на который приходится высокий процент производства, высокая доля импортной продукции, на основании чего с 1 июня 2018 года в России началось постепенное введение маркировки продукции⁴⁰. Также к причинам низких заработных плат можно отнести несовершенство налогообложения, непредсказуемость, государственного регулирования, коррупция,

³⁸ Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price> (дата обращения: 07.10.2024)

³⁹ Цены, инфляция // Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price> (дата обращения: 07.10.2024)

⁴⁰ Постановление Правительства РФ от 30.05.2018 № 620 «О проведении эксперимента по маркировке средствами идентификации обувных товаров на территории Российской Федерации» (вместе с «Положением о проведении эксперимента по маркировке средствами идентификации обувных товаров на территории Российской Федерации»)

административные барьеры, проблемы развития производственной инфраструктуры⁴¹.

Отрасль промышленного производства имеет существенное социальное значение, так как создает рабочие места, в том числе для множества низкоквалифицированных работников. Поскольку большую долю от всех субъектов хозяйствования в отрасли занимают именно МСП, то становится очевидно, что малый бизнес помогает поддержать занятость даже при серьезных изменениях в макроэкономической ситуации или структурных изменениях в экономике, приводящих к сокращениям персонала, и тем самым вносит важный вклад в поддержание уровня доходов населения и сохранение социальной стабильности. Кроме того, актуальные задачи импортозамещения требуют увеличения числа субъектов хозяйствования малого и среднего предпринимательства, которые способны производить новые товары⁴².

⁴¹ Кусков А.Н., Саргсян Ж.А. Легкая промышленность как важнейшая отрасль производства товаров народного потребления // International Journal of Humanities and Natural Sciences, 2022. № 12-5 (75). С. 174-178.

⁴² Малый и средний бизнес в новых условиях: проблемы и меры, необходимые для развития. Институт комплексных стратегических исследований. 2024. URL: [https://icss.ru/images/macro/20240205_%D0%98%D0%9A%D0%A1%D0%98%20%D0%9C%D0%A1%D0%9F%20\(6\).pdf](https://icss.ru/images/macro/20240205_%D0%98%D0%9A%D0%A1%D0%98%20%D0%9C%D0%A1%D0%9F%20(6).pdf) (дата обращения: 15.11.2024)

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

2.1. Формирование состава факторов и оценка их влияния на необходимость и развитие субъектов малого и среднего бизнеса в легкой промышленности

На развитие субъектов малого и среднего бизнеса в легкой промышленности влияют различные факторы: как внешние, так и внутренние. Целесообразно при принятии управленческих решений проводить их всесторонний анализ, чтобы прояснить текущее состояние российской легкой промышленности, определить её сильные и слабые стороны, возможности и угрозы регулирования в отрасли.

Количество крупных и средних предприятий легкой промышленности, как и субъектов малого бизнеса с 2017 года снижалось вплоть до 2023 года (таблица 1.2), что отражает сложность работы предприятий данной сферы в складывающихся условиях под воздействием факторов риска. Одним из таких факторов стала высокая фискальная нагрузка на МСП, которые и без того находились под воздействием нехватки необходимой инфраструктуры, урбанизации населения⁴³, недостаточного уровня защиты прав и свобод предпринимателей и проч. Действие этих факторов приводило к тому, что издержки ведения бизнеса, а также риски его потери до сих пор остаются на высоком уровне. К дополнительным внешним факторам относится: уровень инфляции, санкционные ограничения, технологические совершенствования азиатского рынка.

Одним из заметных ограничений, влияющих на мировой рынок, являются высокие первоначальные капиталовложения, необходимые для внедрения современных, технологически продвинутых машин. Оборудование

⁴³ Распоряжение Правительства РФ от 24 ноября 2023 г. № 3339-р «Об утверждении Стратегии развития отрасли связи РФ на период до 2035 г.» Проект «Стратегия развития отрасли до 2035 года»

в легкой промышленности, например, для текстильного производства, особенно последнее поколение машин, оснащенных функциями автоматизации, оцифровки и устойчивого развития, часто имеет существенно высокую цену и производится за рубежом. Высокие требования к капиталовложениям создают проблемы как для устоявшихся производителей текстиля, желающих обновить свое оборудование, так и для новых участников, стремящихся войти в отрасль. Малым и средним предприятиям может быть особенно сложно получить доступ к финансовым ресурсам, необходимым для инвестирования в современные машины, что потенциально ограничивает их способность эффективно конкурировать на быстро меняющемся рынке. Таким образом, высокие первоначальные капиталовложения, необходимые для современных текстильных машин, представляют собой заметное ограничение в отрасли, особенно для МСП.

Текстильная промышленность, как правило, более капиталоемка, чем швейная, и отличается высокой степенью автоматизации, особенно в развитых странах. Она включает в себя прядение, ткачество и отделку, и эти три функции часто выполняются на интегрированных предприятиях. Традиционно, как и на многих рынках, время выполнения заказов в текстильном секторе по-прежнему велико, а капиталоемкость отрасли приводит к относительно большим минимальным заказам. Таким образом, текстильная промышленность менее гибка в плане адаптации к потребностям потребителей сезонный спрос выше, чем в секторе одежды и розничной торговли. Таким образом, текстильный сектор во многих отношениях является узким местом в цепочке поставок.

Спрос на более высокие стандарты качества на потребительских рынках привел к необходимости автоматизации большей части производственного процесса в текстильное производство. Доступ к высокому качеству текстиля считается одним из важнейших факторов, определяющих конкурентоспособность поставщиков одежды. На этом фоне текстильная

промышленность развитых стран столкнется с усилением конкуренции как на экспортном, так и на внутреннем рынках.

Эксперты отмечают, проблемой отрасли может быть высокая доля государственных заказов и изношенность оборудования⁴⁴. Использование электронного оборудования для управления, например, фотоэлементов на прядильных станках, ткацких станках и вязальных машинах, в настоящее время является обычным явлением даже в странах Юго-Восточной Азии с развивающейся экономикой, где затраты на рабочую силу невелики. Никакое дополнительное количество рабочей силы не может эффективно контролировать характеристики нити на высокоскоростном производственном оборудовании и существенно увеличить производительность. Как прядильное, так и ткацкое производство требуют постоянного обновления оборудования для обеспечения достижения уровня конкурентов. Стоит отметить, что в России предприятия легкой промышленности полноценно не обеспечиваются средствами производства, так, за первые 5 месяцев 2019 года произведен один ткацкий станок, 28 единиц прядильных, тростильных, крутильных, намоточных и мотальных машин, 10 единиц швейных машин, не относящихся к категории бытовых⁴⁵. В это время крупные западные производители текстиля отказались от прядения пряжи, поскольку это стало нерентабельным либо из-за необходимости обновления оборудования, либо из-за интенсивной конкуренции со стороны стран-первичных производителей с более низкими затратами, как: Китай и Индия. За исключением нескольких специализированных производителей текстиля, производственные мощности легкой промышленности в западных странах находятся в процессе переноса в развивающиеся страны, чтобы снизить издержки, многие из них передали производство на аутсорсинг именно Китаю.

⁴⁴ Мельникова А. В. Импортзамещение в индустрии моды в России. // Экономика, предпринимательство и право. 2023. № 13(4). С. 1211–1220.

⁴⁵ Ялунер Е. В. Российская индустрия моды: Проблемы и перспективы. // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. № 2. 2019. С. 16-19.

Недавний всплеск импорта современных текстильных и оборудование для производства одежды в Китай свидетельствует об этой миграции. Благодаря современному оборудованию китайские поставщики текстиля повышают свою производительность и все чаще производят текстиль экспортного качества. Основными бенефициарами этой модернизации текстильной промышленности являются китайские поставщики одежды, которые могут закупать текстиль непосредственно у местных производителей и, следовательно, сокращать сроки поставок.

Легкая промышленность в большей степени зависит от внешних факторов. Так в период пандемии COVID-19 в 2020 году показатели потребления, производства, импорта и экспорта в России снизились на треть, однако к 2023 году только начали восстанавливаться до уровня 2019 года.

Пандемия COVID-19 оказала многогранное влияние на мировой рынок, вызвав сбои в цепочках поставок, сокращение инвестиций и спроса на оборудование, остановку заводов, сдвиг потребительского спроса в сторону необходимой и удобной одежды, более широкое внедрение решений по удаленному обслуживанию и цифровизации, повышенное внимание к безопасности и устойчивости в производственных процессах и общую атмосферу неопределенности, которая повлияла на осторожные стратегии закупок оборудования. Эти факторы в совокупности сформировали тенденции отрасли легкой промышленности во время пандемии и продолжают влиять на ее траекторию.

В России (особенно в первоначальный период после обострения санкций) рост курса доллара, ограничение ввоза импортных товаров привели к тому, что производители столкнулись с нехваткой тканей, а те, что была закуплены поставщиками ранее, продавались с наценкой в 3–4 раза. Трафик в торговых центрах тогда снизился на 50%, большая часть площадей простаивала. Кроме того, изменилась система привлечения покупателей в сети Интернет. Так с закрытием доступа к части социальных сетей, в которых

активно поступали новые потребители, сменилась стратегия продвижения продукции, усложнив вывод нового товара на рынок.

Как отмечалось выше, российский рынок характеризуется сильной импортозависимостью как в сырье, готовой продукции, так и в оборудовании, поскольку около 80% продукции завозят из-за рубежа. Еще в 2022 году стоимость импортной одежды и текстиля оценивалось в 15-16 млрд долларов США. Основными поставщиками является Китай, Бангладеш, Беларусь, Турция, Вьетнам, Узбекистан, Индия, Индонезия и Германия⁴⁶. Более 40% россиян выбирает контрафакт из-за низкой цены⁴⁷. Так в 2022 году 8,7 млрд. долларов США население России потратило на контрафакт и ввоз продукции теневыми схемами, при этом структура импорта была переориентирована на продукцию из дружественных стран: Беларусь, Китай, Турция, Иран, Кыргызстан.

Для снижения себестоимости продукции целесообразно увеличить объемы производства, что приводит к уменьшению стоимости единицы продукции. Однако доля в потреблении российских производителей составляет всего 20%, что не позволяет снизить стоимость продуктов для успешной конкуренции на рынке с импортными товарами из Азии. Заместитель председателя комитета по экономике Совета Федерации Александр Трембицкий отмечал, что только 10% российских предприятий смогли переключиться на локальных поставщиков, еще 15% нашли альтернативные варианты получать нужную им продукцию из-за границы.⁴⁸

Причина такого активного потребления импортной продукции, поступающей с помощью теневого бизнеса, связана также с высокой налоговой нагрузкой на субъекты хозяйствования легкой промышленности.

⁴⁶ Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

⁴⁷ Легкая промышленность: от проблем к возможностям. Strategy Partners. URL: <https://strategy.ru/research/expert/109> (дата обращения: 16.11.2024)

⁴⁸ В Совфеде обсудили сырьевую независимость российского легпрома). Легпром ревью. URL: <https://legprom.review/v-sovfede-obsudili-syrevuyu-nezavisimost-rossiyskogo-legproma/> (дата обращения: 16.11.2024)

Стоит отметить, что в отрасли в подавляющем большинстве осуществляют деятельность МСП, которые ввиду значительной конкуренции нуждаются в поддержке государства. При этом в России налоговая нагрузка на предприятия на 15% выше, чем в странах Евросоюза⁴⁹.

Высокий уровень конкуренции – важный фактор, который влияет на развитие МСП в легкой промышленности. Так, по мере развития онлайн-каналов продаж, в особенности маркетплейсов, конкурировать становится сложнее. Жесткая конкуренция оказала понижающее давление на заработную плату работников легкой промышленности (в частности, швейной и текстильной), что часто приводит к низкой оплате труда, значительному гендерному разрыву в оплате труда и ограниченным льготам. Если учитывать, что каждый регион отличается по уровню заработной платы, то регионы с более низким уровнем доходов населения и более низкой численностью городского населения имеют и более низкий уровень развития МСП.

Ввиду общей сложной социально-экономической ситуации в стране у населения уменьшились свободные средства, которые раньше они могли потратить на продукцию легкой промышленности (одежда, обувь, ткани). Потребность населения ориентирована на низко- или среднеценовой сегменты, поскольку реальный спрос зависит платежеспособности потребительского рынка. На основе статистики опрошенных⁵⁰ (по данным компании NielsenIQ) в 2022 году был сделан вывод, что на покупке новой одежды сэкономили 71% потребителей, поэтому стратегию развития целесообразно ориентировать на нишу нижнего ценового сегмента. Однако импортные товары намного дешевле российских⁵¹, поскольку поставки осуществляются они в основном по искусственно заниженным ценам

⁴⁹ Легкая промышленность: от проблем к возможностям// Strategy Partners, 26 января 2023 URL: <https://strategy.ru/research/expert/legkaya-promyshlennost-ot-problem-k-vozmozhnostyam-109/> (дата обращения: 1.11.2024).

⁵⁰ Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

⁵¹ Легкая промышленность: от проблем к возможностям. Strategy Partners. URL: <https://strategy.ru/research/expert/109> (дата обращения: 16.11.2024)

Грузинова В.Ю, Мурашкина А.А., Анализ современного состояния рынка легкой промышленности в России // Международный научный журнал «ВЕСТИК НАУКИ». 2024. № 8 (77). Том 1. С.14-30.

поставщиков⁵², и дальнейший рост зарубежных поставок только снизит конкурентоспособность российских производителей, что затруднит сбыт российской продукции, в том числе отечественных импортозамещающих брендов. Кроме того, ввиду высокой ценовой себестоимости продукции, новых расходов, связанных с маркировкой товаров, ценовая стратегия невозможна.

Для текстильной промышленности решающее значение имеют инвестиции в новое оборудование с повышенной степенью автоматизации, которое улучшит качество продукта. Только те предприятия, которые способны на длительные инвестиции как в производство, так и в инновационные продукты, будут иметь долю на международном рынке. Иностранные инвесторы (сегодня – прежде всего, из дружественных стран) часто «завозят» в принимающую страну передовые технологии, оборудование и производственные процессы, повышая эффективность и производительность текстильной промышленности, позволяя ей внедрять современные методы производства. Расширение текстильного производства за счет прямых иностранных инвестиций приведет к увеличению возможностей трудоустройства. Известные производители привозят с собой новейшие машины и оборудование для модернизации производственных процессов, повышая общую эффективность производства и способствуя оцифровке производственных процессов: мониторинг в реальном времени, анализ данных и быстрое реагирование на производственные требования.

Также среди барьеров к развитию отрасли отмечается отсутствие единой базы подрядчиков, поставщиков, профессиональных рейтингов консультантов, учителей, отраслевых СМИ⁵³. Цифровизация рынка, вместе с

⁵²Вызов для легпрома: сможет ли отрасль обеспечить потребности рынка /Профиль.URL: <https://profile.ru/lifestyle/vyzov-dlya-legproma-smozhet-li-otrasl-obespechit-potrebnosti-rynka-1340885/> (дата обращения: 16.11.2024)

⁵³ Литвинова А. Состоялся III круглый стол «Fashion индустрия и Россия в ближайшие годы».URL: <https://fashionnet.ru/news/sostoyalsya-iii-kruglyj-stol-fashion-industriya-i-rossiya-vblizhajshie-gody> (дата обращения: 16.11.2024)

тем, способствует ее развитию.: увеличение объема производства сто связано с открытием новых офлайн-магазинов и онлайн-продаж через маркетплейсы Lamoda. Wildberries, Ozon — 13%, AliExpress-Россия, «СберМегаМаркет» и «Яндекс-Маркет»^{54, 55}. Кроме того, бренды одежды масс-маркета активно открывают магазины на освободившихся площадях в различных торговых центрах⁵⁶.

У условий беспрецедентных санкций помимо удорожания сырья также повысилась стоимость всех расходов, связанных с логистикой (доставка, распределение продукции, особенно из-за рубежа). Рост цен существенно повысил финансовую нагрузку на 37% предприятий, причем в большей степени для производителей одежды -43%, в сегменте текстиля - 26%. С проблемой поставки сырья из-за рубежа столкнулось каждое третье предприятие. Кроме того, после введения санкционных ограничений трансформировались цепочки поставок и структуры отрасли в целом⁵⁷. Так, компоненты зарубежных предприятий сменились аналогами из Китая и Средней Азии. Продукция швейцарских компаний, производителей красителей, сменилась на индийскую. Предприятия, работающие на китайском оборудовании, избежали острых проблем с ним, поскольку европейские производители перестали поставлять не только технику, но и запчасти для нее. Однако, многие крупные производители потеряли постоянные рынки сбыта, в том числе, экспортные⁵⁸. Стоит отметить, что меры государственной поддержки, пролонгированные на 2023 год, позитивно сказываются на рынке, однако в первую очередь направлены на крупных

⁵⁴ Тренды Fashion-ecommerce в 2023 году. OFD.ru. URL: <https://ofd.ru/blog/cases/trendyfashion-ecommerce-v-2023-godu-osobennosti-vedeniya-biznesa-i-ispolzovanie> (дата обращения: 16.11.2024)

⁵⁵ Мельникова А.В. Импортзамещение в индустрии моды в России. // Экономика, предпринимательство и право. 2023. № 13(4). С. 1211–1220.

⁵⁶ Тенденции развития моды в России. Научный Лидер. URL: <https://scilead.ru/article/5038-tendentsii-razvitiya-modi-v-rossii> (дата обращения: 16.11.2024)

⁵⁷ Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

⁵⁸ Крупнейшие производители продукции легкой промышленности, 2022. URL: <https://www.ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2022/10/snimok-ekrana-2022-10-05-v-18.07.09.jpg> (дата обращения: 16.11.2024)

производителей. В целом эти меры можно считать недостаточными, основные преференции логично сконцентрированы в области государственного заказа и гособоронзаказа, но у большинства производителей доступ к ним ограничен⁵⁹. По мнению экспертов⁶⁰, серьезное развитию пережил только один ключевой кластер, несмотря на попытки восстановления отрасли через федеральную программу Правительства РФ в 2016 году⁶¹ и через активизацию производств в 2020 году в области производства средств индивидуальной защиты.

Одна из профессиональных ассоциаций, деятельность которой ориентирована на развитие легкой промышленности – Союзлегпром – в 2022 году создала оперативный антикризисный штаб для создания экономических и правовых условий, привлекательных для инвестирования в отрасль. В настоящее время ряд предприятий легкой промышленности пользуются льготными кредитами, что позволяет частично компенсировать возросшие из-за антироссийских санкций затраты на логистику. Традиционно важными остаются вопросы снижения налогового бремени для отрасли, стоимости земли для предприятий. Свои интересы выстраивают различные группы игроков в исследуемой отрасли, формируя повестку дня на рынке, деятельность которых значительно влияют на развитие легкой промышленности в целом. На рисунке 2.1. представлены категории участников индустрии.

⁵⁹ Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

⁶⁰ Там же

⁶¹ Распоряжение Правительства РФ от 26.01.2016 № 85-р «Об утверждении программы поддержки легкой промышленности на 2016 год» (ред. от 10.12.2016)



Рисунок 2.1. - Основные участники рынка легкой промышленности

Государственные структуры включают в себя: Министерство промышленности и торговли РФ, Торгово-промышленная палата РФ, Российский экспортный центр, Фонд развития промышленности, Российский экспортный центр, Министерство экономического развития РФ. При этом в данную категорию входит созданный в рамках Государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» под ведомством Министерства промышленности и торговли РФ, который является основным регулятором деятельности, проект «Легпром России»⁶², который собирает всю статистическую информацию об отрасли, новостях, основных игроков на рынке.

Профессиональные союзы и ассоциации необходимы для сбора и оглашении информации об основных проблемах и потребностях субъектов хозяйствования в отрасли. Цифровые платформы обеспечивают кооперацию участников отрасли в цифровой среде для акселерации, проведения конкурсов и тендеров, информационной и аналитической поддержки индустрии. Отраслевые выставки, имея определенную направленность на каждый сектор продукции легкой промышленности, проводятся или государственными структурами, или силами союзов и ассоциаций предпринимателей.

Поддержка государством легкой промышленности в разных странах разнообразна. Так, в Китае предоставляют трехлетние налоговые льготы для МСП, кроме того малый бизнес, сей доход меньше 100 тыс. юаней в год освобождаются от уплаты НДС на целый год, кроме того, правительство снизило ставку НДС для обрабатывающей промышленности с 16% до 13%, для других секторов – до 9%. В Индии действуют особые преференции для новых предприятий в ЗСТ, которые не уплачивают налог на прибыль (при условии экспортируемой продукции более чем на 75%). В Бангладеш получают десятилетний налоговый отпуск для новых предприятий в этой отрасли. В

⁶² Карта легкой промышленности. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru> (дата обращения: 16.11.2024)

Турции отменен НДС для новых предприятий сроком на 5 лет. Узбекистан с 2020 года для увеличения экспорта продукции освобождает от налога на имущество, уменьшают налогооблагаемую базу в течение семи лет для строительства очистительных и канализационных сооружений. В целом, в дружественных странах прослеживается активная поддержка отрасли в части снижения налоговой нагрузки для предпринимателей как для малых, так и для крупных.

Очевидно, что уменьшение негативных факторов и поддержка государством отрасли легкой промышленности приведет к ее развитию. Рост легкой промышленности может стимулировать развитие малого бизнеса, удовлетворяющего различные потребности цепочки поставок, включающие услуги по упаковке, маркировке и другие специализированные производства, что также приведет к созданию дополнительных рабочих мест, тем самым обеспечивая инклюзивность рабочей силы в этом секторе. Рост производственной активности увеличит спрос на сырье, увеличив занятость в сельском хозяйстве (производство сырья), транспорте и складировании, что будет способствовать косвенной занятости в цепочке поставок.

Создание производственных мощностей известными производителями может способствовать долгосрочной стабильности занятости, что важно для социально-экономического благополучия рабочей силы и всего общества. Это приведет к созданию рабочих мест в логистике, транспортировке и распределительных центрах, включая водителей грузовиков, складского персонала и координаторов по логистике. Производственный процесс требует вспомогательных услуг, таких как обслуживание, безопасность и административные роли. Создание производственных мощностей создаст возможности трудоустройства в этих вспомогательных функциях. Такая интеграция позволит местным производителям участвовать в глобальных цепочках поставок, получать доступ к более широкой клиентской базе и конкурировать на мировом рынке. В целом создание рабочих мест в

обрабатывающей промышленности и смежных отраслях будет иметь мультипликативный эффект для экономики.

2.2. Маркировка товаров как фактор влияния на малого и среднего предпринимательства в сфере легкой промышленности

Одним из факторов влияния на развитие отрасли легкой промышленности, и, в частности, предприятий малого бизнеса, являются государственные меры по ее регулированию. В свою очередь нормативная среда в текстильной отрасли постоянно меняется. Так, с 1 июня 2018 года в России началось постепенное введение маркировки продукции⁶³. Императивная цель проекта обязательной маркировки заключается в противодействии нелегальному обороту товаров и борьбе с фальсификатом.

Имеются следующие «волны» - этапы по маркировке товаров в исследуемой отрасли, которые ограничены определенными сроками, которое установило Правительство, чтобы процесс стал более организованным:

1 этап - экспериментальный⁶⁴ (27 июня 2019 года - 30 ноября 2019 года).

2 этап – (1 декабря 2019 года - 1 февраля 2021 года) - обязательная регистрация в системе маркировки товаров⁶⁵.

3 этап - «первая волна»⁶⁶ (с 2021 года по 2024 год). На данном этапе вводится обязательная маркировка ряда товаров, указанных в таблице 2.1.

⁶³ Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации». (ред. от 04.07.2024).

⁶⁴ Постановление Правительства РФ от 22 июня 2019 г. № 790 «О проведении на территории Российской Федерации эксперимента по маркировке средствами идентификации отдельных позиций продукции легкой промышленности» (вместе с «Положением о проведении на территории Российской Федерации эксперимента по маркировке средствами идентификации отдельных позиций продукции легкой промышленности»)

⁶⁵ Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации». (ред. от 04.07.2024).

⁶⁶ Постановление Правительства РФ от 31.12.2019 №1956 «Об утверждении правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении товаров легкой промышленности»

Таблица 2.1. - Перечень товаров, подлежащих маркировке на 3 этапе
(«первая волна»).

Товарная категория	Код ТН ВЭД ЕАЭС	Код ОКПД 2
Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное: простыни, пододеяльники, наволочки, комплекты постельного белья, скатерти, салфетки, полотенца для рук или лица, банные и пляжные полотенца	6302	16.92.12 13.92.13 13.92.14
Одежда, в том числе рабочая, из натуральной или композиционной кожи: пальто, плащи, куртки, костюмы, комплекты, брюки, бриджи, шорты-юбки, юбки-брюки, пиджаки, блейзеры, жакеты, детская одежда	4203 10 000	14.11.10
Блузки, блузы, блузоны, рубашки, батники трикотажные машинного или ручного вязания, женские или для девочек	6106	14.14.13
Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки, анораки женские или для девочек, мужские или для мальчиков	6201 6202	14.30.21 14.30.31

4 этап - «вторая волна»⁶⁷ (с 1 апреля 2024 год - февраль 2025 года) - расширение перечня товаров, подлежащих маркировке. В этот перечень входят почти все изделия легкой промышленности (таблица 2.2).

⁶⁷ Постановление Правительства РФ от 13.11.2023 № 1899 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. № 1956» (ред. от 29.06.2024).

Таблица 2.2. - Перечень товаров, подлежащих маркировке на 4 этапе («вторая волна»).

Товарная категория	Код ТН ВЭД ЕАЭС	Код ОКПД 2
Одежда из искусственного меха (кроме полотен, рукавиц, перчаток, митенок, головных уборов)	4304 00 000 0	13.91.19
Верхняя одежда из фетра, нетканых или текстильных материалов с пропиткой или покрытием	6113 00 6210	14.19.32
Пальто, куртки, плащи, анораки, ветровки, штормовки трикотажные или вязаные	6101 6102	14.13.11 14.13.13
Шали, шарфы, кашне, мантильи, вуали, галстуки, галстуки-бабочки и шейные платки	6214 6215	14.19.23.120 14.19.23.130
Костюмы спортивные и лыжные, спецодежда	6211 20 000 0 6211 32 6211 33 6211 39 000 0 6211 42 6211 43 6211 49 000	14.12.30.110 14.12.30.120 14.12.30.130 14.12.30.140 14.19.22.110 14.19.22.120 14.19.22.190
Костюмы спортивные и лыжные трикотажные машинного или ручного вязания	6112 11 000 0 6112 12 000 0 6112 19 000 0 6112 20 000 0	14.19.12.110 14.19.12.120
Свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты трикотажные машинного или ручного вязания	6110	14.39.10
Рубашки мужские или для мальчиков	6205	14.14.21
Рубашки трикотажные машинного или ручного вязания, мужские или для мальчиков	6105	14.14.11
Блузки, блузы и блузоны женские и для девочек	6206	14.14.23
Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны, бриджи и шорты трикотажные машинного или ручного вязания, мужские или для мальчиков	6103	14.13.12
Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны, бриджи и шорты мужские или для мальчиков	6203	14.12.11 14.12.12 14.13.22 14.13.23 14.13.24
Костюмы, комплекты, жакеты, блейзеры, платья, юбки, юбки-брюки, брюки, комбинезоны, бриджи и шорты трикотажные машинного или ручного вязания, женские или для девочек	6104	14.13.14

На данном этапе товары после выпуска или ввоза с 1.04.2024 года необходимо маркировать, остатки одежды также подлежат указанной процедуре. Остатки необходимо или промаркировать, или распродать, или утилизировать. (таблица 2.3).

Таблица 2.3. – Особенности введения маркировки товаров с 2024 года

Дата	Этап	Что нужно сделать
С 1 апреля 2024	Обязательная маркировка одежды на производстве и при импорте	Производители и импортеры обязаны размещать на одежде коды маркировки и передавать в систему «Честный знак» сведения о вводе товаров в оборот. Оптовые и розничные продавцы при приемке должны проверять коды маркировки на одежде. ✗ Нельзя продавать без маркировки одежду, если ее произвели или ввезли в Россию после 1 апреля 2024 года. 🕒 До 15 сентября 2024 разрешено продавать без кодов только одежду, которую произвели или ввезли до 1 апреля 2024 года
	Обязанность использовать электронный документооборот при отгрузке и приемке, подавать сведения о выводе из оборота и добавлять код маркировки в чек при розничной продаже	Все участники оборота должны обмениваться электронными УПД. Розничные магазины при продаже должны сканировать коды маркировки на кассе. Таким образом информация о выводе из оборота отражается в чеке и через оператора фискальных данных передается в «Честный знак». Когда участники маркировки списывают товары по другим основаниям, то отражают это отдельным документом
С 15 сентября 2024	Оборот только маркированной одежды	Все участники оборота продают и принимают одежду с кодами маркировки. Для остатков, которые были у них в собственности на 1 апреля 2024 года, тоже необходимо заказать коды. Покупать и продавать такие товары без маркировки нельзя, разрешается только хранить
С 1 октября 2024	Запрет хранить немаркированные остатки	Если участники рынка не успели заказать коды маркировки для остатков, их необходимо утилизировать. «Честный знак» отключит возможность заказывать коды для остатков

5 этап – «третья волна»⁶⁸ (с 1 марта 2025 года). С этого периода под маркировку попадают товары детской одежды, нижнего белья, купальники, перчатки, носки, головные уборы и другие товары (таблица 2.4).

Таблица 2.4. - Перечень товаров, подлежащих маркировке на 5 этапе («третья волна»).

Товарная категория	Код ТН ВЭД ЕАЭС	Код ОКПД 2
Майки и нательные фуфайки, кальсоны, трусы, ночные сорочки, пижамы, купальные халаты, домашние халаты и аналогичные изделия мужские или для мальчиков	6107	14.14.12
	6207	14.14.22
Майки и нательные фуфайки, комбинации, нижние юбки, трусы, панталоны, ночные сорочки, пижамы, пеньюары, купальные халаты, домашние халаты и аналогичные изделия женские или для девочек	6108	14.14.14
	6208	14.14.24
Майки, фуфайки с рукавами, нательные фуфайки, нижние рубашки трикотажные машинного или ручного вязания	6109	14.14.30
Детская одежда и принадлежности к ней	6111	14.19.11
	6209	14.19.21
Купальные костюмы	6112 31	14.19.12.130
	6112 39	14.19.22.130
	6112 41	
	6112 49	
	6211 11 000 0	
	6211 12 000 0	

⁶⁸ Постановление Правительства Российской Федерации от 29.06.2024 № 883 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации»

Колготки, чулки, гольфы, носки, подследники и другие чулочно-носочные изделия, включая компрессионные чулочно-носочные изделия с распределенным давлением (например, чулки для страдающих варикозным расширением вен), трикотажные машинного или ручного вязания	6115	14.31.10
Перчатки, рукавицы и митенки	4203 21 000 0 4203 29 6116 6216 00 000 0	14.19.13 14.19.23.140 14.19.31.110 14.19.31.120 32.30.15 (в части рукавиц и митенок)
Предметы одежды и принадлежности к одежде готовые прочие, в том числе трикотажные машинного или ручного вязания (кроме частей одежды и изделий медицинского назначения)	6114 6117 10 000 0 6117 80 100 9 6117 80 800 9 6217 10 000 0	14.19.12.190 14.19.19.111 14.19.19.119 14.19.23.190
Галстуки, галстуки-бабочки и шейные платки	6117 80 800 1 6213	14.19.19.112
Бюстгальтеры, пояса, корсеты, подтяжки, подвязки и аналогичные изделия трикотажные машинного или ручного вязания или нетрикотажные	6212	14.14.25
Гетры, гамашы и аналогичные изделия	6406 90 900 0	15.20.40.130
Шляпы и прочие головные уборы	6504 00 000 0 6505 00 6506 99	14.19.42 14.19.43 (кроме 14.19.43.160, 14.19.43.170, 14.19.43.180)

На последнем этапе вводятся ужесточающие меры по маркировке товаров легкой промышленности (таблица 2.5).

Таблица 2.5.—Особенности введения маркировки товаров с 2025 года⁶⁹

Дата	Этап	Что нужно сделать
С 1 марта 2025	Обязательная маркировка одежды на производстве и при импорте	Производители и импортеры обязаны размещать на одежде коды маркировки и передавать в систему «Честный знак» сведения о вводе товаров в оборот. Оптовые и розничные продавцы при приемке должны проверять коды маркировки на одежде. ✗ Нельзя продавать без маркировки одежду, если ее произвели или ввезли в Россию после 1 марта 2025 года. 🕒 Разрешено продавать без кодов только одежду, которую произвели или ввезли до 1 марта 2025
	Обязанность использовать электронный документооборот при отгрузке и приемке, подавать сведения о выводе из оборота и добавлять код маркировки в чек при розничной продаже	Все участники оборота должны обмениваться электронными УПД. Розничные магазины при продаже должны сканировать коды маркировки на кассе. Таким образом информация о выводе из оборота отражается в чеке и через оператора фискальных данных передается в «Честный знак». Когда участники маркировки списывают товары по другим основаниям, то отражают это отдельным документом
С 1 августа 2025	Оборот только маркированной одежды	Все участники оборота продают и принимают одежду с кодами маркировки. Для остатков, которые были у них в собственности на 1 марта 2025 года, тоже необходимо заказать коды. Дедлайн для заказа — 1 ноября 2025. Покупать и продавать такие товары без маркировки нельзя, разрешается только хранить
С 1 ноября 2025	Запрет хранить немаркированные остатки	Если участники рынка не успели заказать коды маркировки для остатков, их необходимо утилизировать. «Честный знак» отключит возможность заказывать коды для остатков

Правительство⁷⁰ еще в 2023 году ввело разрешительный режим продажи товара. Предполагалось, что продукция должна проверяться системой

⁶⁹ Обязательная маркировка одежды и текстиля в 2024 году / Сбис. URL: https://sbis.ru/articles/markings/clothes_2024 (дата обращения: 16.11.2024)

⁷⁰ Постановление Правительства РФ от 21.11.2023 № 1944 «Об утверждении перечня случаев, при которых продажа товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, запрещена на основании информации, содержащейся в государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, или отсутствия в указанной государственной информационной системе необходимой информации о таких товарах, и особенностей внедрения указанного запрета в отношении отдельных товаров, а также Правил применения запрета продажи товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, на основании информации, содержащейся в государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, или отсутствия в указанной государственной информационной системе необходимой информации, в том числе правил получения информации из указанной государственной информационной системы»

«Честный знак» через кассовое программное обеспечение: передача кода происходит автоматически. В случае отсутствия необходимого кода маркировки или его некорректности, онлайн-касса сообщит продавцу об ошибке и запрете продажи. Касса может выдать ошибку, если у продукта истек срок годности, он запрещен к продаже по решению гос. органа или о нем нет сведений в системе, а также в иных случаях. Осуществлять проверку кода на онлайн-кассе можно после ее обновления и получения специального ключа доступа в личном кабинете «Честный знак».

Маркировка товара производится для того, чтобы государственные органы могли осуществлять контроль за товарооборотом и ограничить распространение подделок. Кроме того, маркировка товаров способствует выявлению нелегального товаропотока (по отдельным группам товаров), нелегального производства импорта, появляется возможность для крупных производителей, работающих на товарных рынках с высокой долей нелегального оборота расширить рынок сбыта.

Требования маркирования продуктов легкой промышленности одинаковы для всех бизнес-единиц: как крупных, средних так и для малых и микропредприятий, - с различными организационно-правовыми формами: юридические лица и индивидуальные предприниматели. При этом также не учитывается и цепочка потребления: субъекты хозяйствования в любом случае обязаны соблюдать установленную процедуру при производстве, импорте, оптовой продаже, продаже в розницу подконтрольные товары. Поскольку в легкой промышленности основную долю занимают малые и микропредприятия (от 75-90%), то основная нагрузка по всем затратным ресурсам относится на них.

В России оборот отдельных категорий одежды с 2021 года контролируется государственной информационной системой маркировки «Честный знак» (далее ГИС МТ или ЧЗ). Система «Честный знак» относилась некоторые категории товаров к особым пилотным проектам. Маркировка ряда

товаров не являлась обязательной для всех предпринимателей и находилась на стадии эксперимента. «Вторая волна» обязательной маркировки коснулась многих участников рынка. При этом если предприятие в 2023 году уже занималось маркировкой продукции, то с нововведениями закона его деятельность не поменяется: он уже зарегистрирован в системе «Честный знак» и имеет все необходимое оборудование для осуществления маркирования новых категорий продуктов.

ГИС МТ следит за всеми товарами с помощью специальной цифровой метки – двумерного Data Matrix - кода, состоящий из цифр, букв и символов. Такая метка должна наноситься на каждую единицу товара для подтверждения качества и неподдельность изделия. Проект «Data Matrix» реализуется Центром развития перспективных технологий (ЦРПТ) в рамках Национальной системы цифровой маркировки и прослеживаемости товаров «Честный знак»⁷¹, то есть каждый код генерирует данная система.

Идентификационный код маркировки содержит в себе основные сведения о продукции:

- название производителя;
- страна происхождения;
- модель;
- цвет;
- размер;
- место;
- дату и время производства;
- процесс перехода от собственника к собственнику;
- дату и место продажи одежды;
- серийный номер;

⁷¹ Национальная система маркировки Честный знак. Честный знак.рф. URL: <https://xn--80ajghhoc2aj1c8b.xn--p1ai/o-chestnom-znake/nacionalnaya-sistema-markirovki/> (дата обращения: 27.09.2024).

- фасон (для одежды);
- состав ткани;
- параметры ухода и другие данные.

Онлайн-система сервисов для бизнеса Saby (СБИС) в свою очередь при сканировании кодов указывает зарегистрированные или нет в системе маркировки отдельные позиции.

В общем виде Data Matrix представляет собой двумерный матричный штрих-код, состоящий из черно-белых элементов - штриховой идентификатор 10×10 пикселей (рисунок 2.2). В Data Matrix зашифрованы: международный код маркировки товара GTIN⁷²; индивидуальный серийный номер товара; ключ и код проверки (криптохвост).

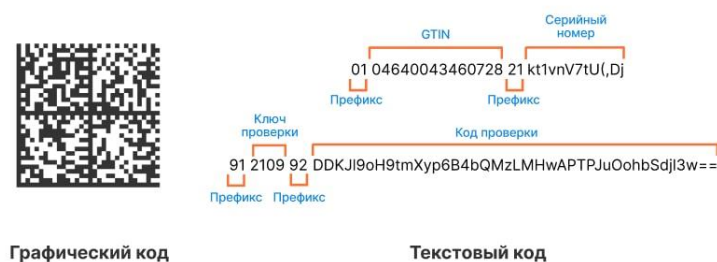


Рисунок 2.2. –Пример Data Matrix – кода для маркировки товаров

Код наносится на товар различными способами: лазерной гравировкой, с использованием несмываемых красителей, наклеек и этикеток. Производителю необходимо использовать устройство для печати, сканирования и нанесения штрих-кодов, а также других средств идентификации. Индивидуальным предпринимателям - продавцам и магазинам нужно обязательно приобрести сканеры для считывания кодов и настроить кассу. Код существует столько времени, сколько товар находится в обороте, – со стадии производства и до тех пор, пока не окажется в собственности покупателя.

⁷² GTIN — глобальный номер товарной продукции в единой международной базе товаров GS1.

Чтобы узнать, какой товар нужно маркировать в 2024 году, необходимо проверить, подпадает ли его продукция под обязательную маркировку. Маркировать товар следует, ориентируясь на два кода, указанные в декларации или сертификате соответствия: ТН ВЭД ЕАЭС — код товара для импортеров и ОКПД 2 — код товара для производителей. Узнать это можно на сайте «Честный знак» в нужной товарной группе, или посмотреть в справочнике ТН ВЭД ЕАЭС. Если товар подлежит маркировке, продавцам на маркетплейсе также нужно работать в системе «Честный ЗНАК», осуществляя через него весь документооборот.

Для того, чтобы маркировать продукцию необходимо пройти сложную процедуру, состоящую из нескольких этапов:

1. Получение квалифицированной электронной подписи (КЭП) на носителе «Рутокен» или JaCarta LT⁷³, которая должна быть оформлена на руководителя организации или ИП, и необходима при регистрации и отправке документов в «Честном знаке».
2. Установление программного обеспечения для обмена данными с «Честным знаком» для криптографической защиты. При этом оборудование и программы должны быть совместимы, что возлагает в некоторых случаях дополнительные расходы.
3. Регистрация и создание на портале «Честный знак» личного кабинета.
4. Заключение договора с оператором информационной системы мониторинга в электронном виде.
5. Заключение с оператором фискальных данных дополнительного соглашения на передачу сведений о реализации маркированной продукции через онлайн-кассу (контрольно-кассовую технику) в информационной системе мониторинга.

⁷³ USB-токен для безопасного хранения ключевых контейнеров сертифицированных российских СКЗИ, ключей, профилей и паролей пользователей, а также лицензионной информации независимых разработчиков программного обеспечения

6. Получение в личном кабинете информационной системы мониторинга ключ доступа для осуществления проверок товаров с маркировкой на кассе перед продажей.

7. Подключение к контрольно-кассовой технике 2D-сканер или двухмерного сканера, который является наиболее распространенным оборудованием для нанесения и считывания маркировки. Его устанавливают на каждом рабочем месте, где считывается код: на месте расчетов и в кассовой зоне, на складе, в подсобке и т.д. Для считывания подходит любое ручное имиджевое устройство сканирования

8. Обеспечение передачи сведений о розничной реализации товаров в систему маркировки с помощью контрольно-кассовой техники в режиме реального времени. То есть обеспечение работы онлайн-кассы с маркированными товарами. Для этого касса должна иметь соответствующий драйвер, прошивку и наносить в кассовый чек обязательный реквизит «Код товара».

9. Обучение сотрудников, осуществляющих продажу товаров, по действиям, необходимым к выполнению при продаже товара в рамках вводимых требований и запретов, предусмотренных законодательством.

Пример общей схемы работы маркирования товаров одежды и текстиля представлен на рисунке 2.3.

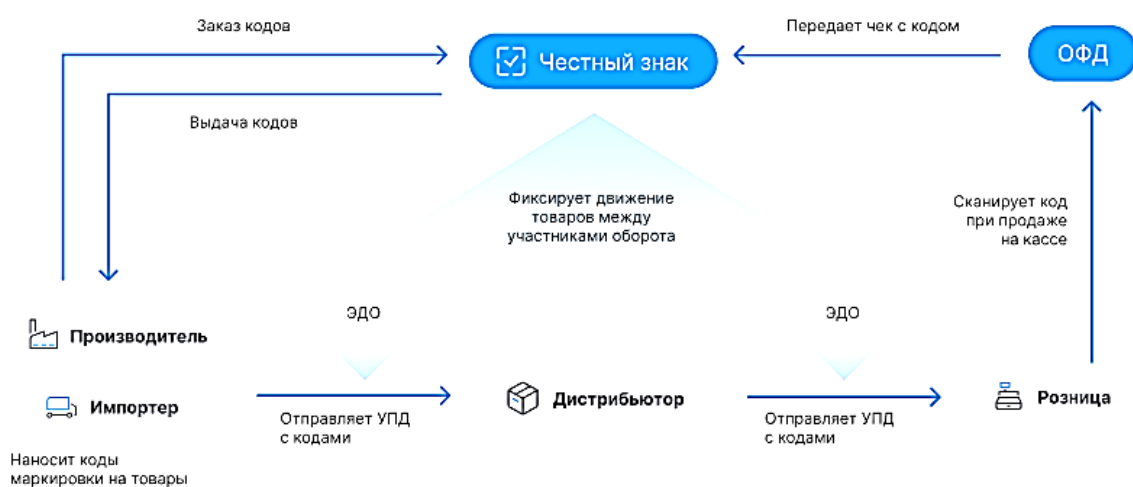


Рисунок 2.3. - Схема процесса маркирования одежды и текстиля

Реализация товаров «одежда» может осуществляться несколькими способами:

1. Оптовая продажа.
2. Местный рынок (розничный).
3. Онлайн продажа одежды через макетплейсы (для B2B и B2C рынках).
4. Экспорт товаров.

Розничные продавцы не всегда закупают товары национального производства, поэтому именно российские продавцы должны нести всю юридическую и финансовую ответственность за маркировку поступающих через импорт товаров, поскольку, например, поставщики из Азии не обеспечивают соблюдение всех применимых требований к маркировке на рынке. Так, большинство производителей в Китае и других странах Азии не знают о требованиях к маркировке за рубежом, поэтому ожидают, что российский розничный дистрибьютер предоставит им «готовые» файлы маркировки.

По правилам импортер всегда несет ответственность за то, чтобы коды содержали необходимую информацию. Однако оптовые товары (т. е. готовых изделий) производятся без учета требований маркировки США, Евросоюза, России или других стран. И продукция «Сделано для Китая» зачастую не соответствует требованиям зарубежной маркировки.

Как правило производители и импортеры заказывают коды маркировки на портале «Честного знака». Для этого необходимо оплатить эти коды (один код стоит 60 копеек с НДС), только после этого система сгенерирует и пришлет нужные Data Matrix. Далее нужно напечатать коды и нанести их на товары:

- Производитель распечатывает коды на принтере этикеток, если его нет — отправляет коды в типографию.

- Импортёр передает файл для печати этикеток или готовые этикетки иностранному поставщику. Тот наклеивает этикетки на товары и отгружает их. Ввоз не маркируемой продукции запрещен.

- После этого производитель передает в «Честный знак» информацию о том, что продукция промаркирована и введена в оборот. Импортёр отчитывается в систему маркировки после прохождения таможни.

Дистрибьюторы и оптовые продавцы в свою очередь:

- При приемке получают и проверяют от поставщика по ЭДО электронный универсальный передаточный документ (далее УПД) с кодами маркировки. Если сведения корректные, утверждает УПД. Данные через оператора ЭДО отправляются в «Честный знак». При расхождениях отклоняет приемку или утверждает поступление с актом о расхождении.

- При отгрузке формируют для розничной точки новый УПД и указывают сведения о маркированных товарах. Когда покупатель примет поставку и подпишет УПД по ЭДО, в «Честный знак» поступит информация о переходе права собственности на коды маркировки.

Розничные продавцы:

- При приемке. Магазин получает УПД и проверяет сведения о кодах маркировки. Если расхождений нет — подтверждает приемку. При расхождениях отклоняет приемку или утверждает поступление с актом о расхождении.

- При розничной продаже. Кассир сканирует код маркировки. Оператор фискальных данных видит эту продажу и отправляет сведения о ней в «Честный знак». Код маркировки выбывает из оборота.

Особенности маркировки имеют место на всех стадиях реализации продукции и зависят от схемы продаж. Так, маркетплейсы при реализации остатков также учитывают свои правила. Если используется модель работы

FBS⁷⁴ (то есть у селлера⁷⁵ свой склад, а маркетплейс – это просто витрина), то маркировать товар должен продавец. Если применяется модель FBO⁷⁶, при которой продавец только упаковывает и маркирует товар, а хранение и отправка осуществляется со склада онлайн-площадки, то действовать нужно по правилам маркетплейса.

Кроме того, комиссионки, получающие товар от физических лиц, также обязаны самостоятельно промаркировать полученный товар для перепродажи, если получают от юридических лиц легкой промышленности, то последние должны поступать через УПД с маркировкой.

Для обязательного исполнения требований предполагаются различные наказания предпринимателей за бездействие, которые в основном касаются или отсутствия, или подделки маркировки. Ответственность предусмотрена для всех участников оборота: производителей, перевозчиков, импортеров, оптовиков и розничных продавцов. Рынок маркировки в 2024 г. контролирует Роспотребнадзор. Так, за отсутствие обязательной маркировки предусмотрен административный штраф с конфискацией продукции⁷⁷ в размере до 10 000 Р для ИП и до 300 тысяч рублей для юридических лиц. (таблица 2.3). За махинацию с крупной партией товаров, наказание предусмотрено в виде уголовного наказания – лишение свободы на срок до 6 лет.

⁷⁴ FBS (Fulfillment by Seller), или доставка со склада продавца, — это модель работы на маркетплейсах, где продавец сам занимается упаковкой, маркировкой, хранением и отправкой товаров на склад маркетплейса под каждый заказ отдельно.

⁷⁵ Селлер — это крупный или малый бизнес, который продает товары на маркетплейсах.

⁷⁶ FBO (Fulfillment by Operator, доставка со склада маркетплейса) — это модель, при которой селлер упаковывает, маркирует и отвозит партию товара на склад маркетплейса. Сотрудники маркетплейсов собирают и доставляют каждый заказ до конечного покупателя.

⁷⁷ Все денежные взыскания за несоблюдение правил маркировки одежды прописаны в ст. 15.12 и ст. 15.12.1 КоАП РФ.

Таблица 2.6. – Основные меры ответственности за неисполнение требований к маркировке продукции

За что штрафуют	Административная ответственность	Уголовная ответственность
На товаре нет кода маркировки или он не читается	Штраф с конфискацией товара: ИП и должностные лица – 5 000–10 000 Р Компании – 50 000–300 000 Р	Нарушения в особо крупном размере или при сговоре считаются преступлением, за которое наступает уголовная ответственность: штраф до 1 млн Р или лишение свободы
На продукции поддельный код	Не предусмотрена	Минимальное наказание: штраф до 300 000 Р или доход за 2 года или лишение свободы до 3 лет + штраф до 80 000 Р или в размере дохода за период до 6 месяцев

При этом не имеет значения причина отсутствия или повреждения кода: не нанес производитель или повредил оптовик при транспортировке. Товар без кода автоматически приравнивается к нелегальной продукции — его нельзя принимать, хранить и продавать. Если код поддельный, к ответственности привлекут не только того, кто подделал, но и тех, кто принял или продал товар. Например, магазин нашел нового поставщика, закупил у него партию одежды и принял ее без проверки Data Matrix, которые оказались поддельными, и юридические последствия будут нести поставщик и сам магазин.

Несмотря на справедливые действия Правительства, связанные с пресечением теневой деятельности, весомые последствия и проблемы введения обязательной маркировки участников отрасли легкой промышленности также возникают.

Выделяются следующие трудности и проблемы организационного характера:

1. У субъектов хозяйствования возникают много проблем с электронным документооборотом. Причина кроется в некачественной работе системы «Честном знаке», в которой не корректно или вообще не

отображаются сведения, которые подает бизнес. Кроме того, система не может принять сведения о товаре.⁷⁸

2. Селлеры в свою очередь при работе с маркировкой товаров сталкиваются со следующими трудностями:

- Самостоятельно не смогли наладить учет товаров и связь с системой «Честный Знак».
- Не разобрались с личным кабинетом в системе «Честный Знак».
- Неправильно описали товары для получения кодов ТН ВЭД.
- «Забыли» про электронную подпись.
- Неправильно оформили документы по постановке товаров на баланс, их списанию, оформлению выбытия, возвратов и другим действиям.

3. Маркировка товаров через систему «Честный знак» подразумевает существенные дополнительные расходы.

Для начала и последующей работы с маркировкой товаров необходимо вложить значительные ресурсы предприятия.

- ✓ Приобретение технического оборудования, а именно:
 - Онлайн-касса для работы с маркированным товаром.
 - Оборудование для приемки и отгрузки: сканер 2D или двухмерный сканер. Выбор зависит от размеров склада.
 - Принтер. Прежде всего он понадобится изготовителю продукции и её импортеру для печатания этикеток со штрих-кодом. Приобретать принтер удобнее и выгоднее всего будет крупным производствам из-за больших объемов продаж. При покупке оборудования важно понимать, сколько этикеток в день надо печатать. Чем больше этикеток, тем мощнее должен быть принтер. Другой вариант — отправлять коды для печати в типографию.

⁷⁸ Бизнес просит приостановить обязательную маркировку. Услышат? /Бухгалтерия.ру. URL: <https://www.buhgalteria.ru/article/biznes-prosit-priostanovit-obyazatelnyu-markirovku-uslyshat> (дата обращения: 01.11.2024)

- Товароучетная система. Существенно упростит и систематизирует порядок работы и подсчета маркированной продукции. ТУС должна интегрироваться с онлайн-кассой и сопутствующим оборудованием.

- ✓ Затраты на подключение к специализированным операторам.
- ✓ В отдельных случаях требуется переобучение персонала или наем новых сотрудников.
- ✓ Маркировка остатков товара и новых товаров (покупка кодов осуществляется через систему «Честный знак», каждый стоит 60 копеек с НДС).
- ✓ Расходы, связанные с утилизацией непромаркированных товаров.
- ✓ Перестройка логистических цепочек.

Следует отметить, что возросшие расходы на цифровое маркирование выявляются на всех этапах производства, логистики и реализации товаров: поставщики, производство, транспортировка, оптовая торговля через дистрибьютеров, розничная торговля (магазины, селлеры, маркетплейсы), потребитель продукции (рисунок 2.4.).



Рисунок 2.4. – Схема формирования расходов на цифровую маркировку товаров⁷⁹

⁷⁹ Влияние тотального цифрового маркирования на российский рынок товаров народного потребления. Центр отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт» Министерства

Совокупные расходы включают в себя:

1. Приобретение цифровой марки у оператора.

2. Расходы на этапе производства:

- Расходы на товар, который не прошел считывание через системы идентификации на этапе производства.

- Операционные расходы, связанные с обслуживанием системы маркирования на производстве (обучение и содержание персонала, расходы на бизнес-процессы, контроль и управление, ответственность, подключение к системе «Честный знак»).

- Амортизация оборудования, связанного с цифровой маркировкой товара.

- Расходы на цифровую печать цифровых марок в типографии на этикетку / упаковку или на сам товар.

- Капитальные расходы, связанные с пуско-наладочными работами с подключением программного обеспечения, наладиванием программного обеспечения для линий по нанесению маркировки с подключением к сети Интернет.

3. Расходы на этапе логистики, оптовой и розничной торговли:

- Расходы на товар, который не прошел считывание через системы идентификации на этапе логистики и торговли (товар, который подлежит возврату производителю и ликвидации).

- Расходы на транзакции на этапе логистики и торговли.

- Операционные расходы, связанные с идентификацией цифровой марки (персонал, обслуживающий систему идентификации, расходы на обслуживание ГИС, организация бизнес-процессов, контроль, управление, ответственность).

- Амортизация оборудования, связанного с цифровой маркировкой товара.

Капитальные затраты для работы с маркировкой товаров на 1 рабочее место составляют около 200 тысяч рублей (таблица 2.7).

Таблица 2.7. – Ориентировочная стоимость капитальных вложений для формирования цифровой маркировки и передачи данных в ГИМ МТ «Честный знак»

Направление затрат	Примерная стоимость, руб.
Выделенный компьютер	50
Сканер для считывания DataMatrix-кода с бирки	8,5 тыс.
Принтер для печати DataMatrix -кода на бирке	23 тыс.
Сертификат ЭЦП для обмена данными с «Честный знак»	2,5 тыс.
Лицензионная программа КриптоПро 5.0 (для работы с ЭЦП)	4 тыс.
Интеграция с ГИС МТ «Честный знак» (Государственная информационная система мониторинга товаров)	50 тыс.
ФОТ сотрудника за 1 месяц 7	78 тыс.
Итого единовременно на 1 рабочее место	216 тыс.

Кроме того, МСП придется учитывать затраты на обслуживание ГИС МТ «Честный знак». По подсчетам на 1 рабочее место за 1 год предприятию придется потратить около 400 тыс. рублей (таблица 2.8.) Для малого бизнеса данные расходы являются существенными, маркировка товаров, амортизация оборудования и программы также вносятся в себестоимость товара, повышая ее цену, что делает отечественные товары не конкурентоспособными по сравнению с импортными –дешевыми.

Таблица 2.8. – Ориентировочные затраты на обслуживание ГИС МТ «Честный знак» в год 9 на 1 рабочее место

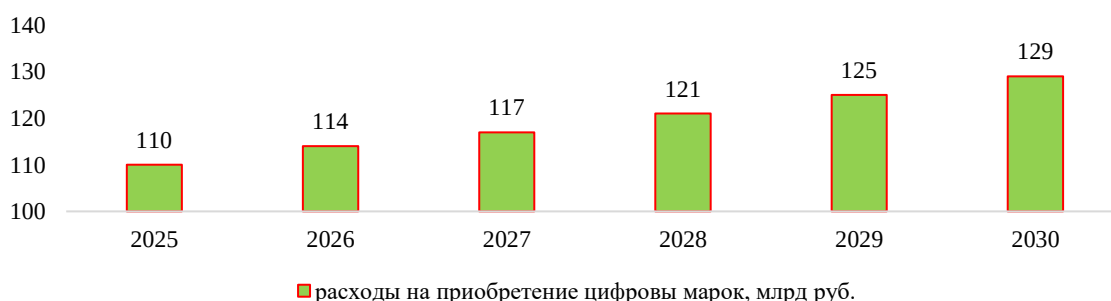
Направление затрат	Примерная стоимость, руб.
Средний фонд оплаты труда сотрудника за 12 месяцев	30 тыс. x 12 = 360 тыс.
Договор на обслуживание с оператором ЭДО	20 тыс.
Техническая поддержка ПО	30 тыс.
Итого на 12 месяцев	410 тыс.

Предполагается, что из всех товаров народного потребления сегмент непродовольственных товаров (текстиль, одежда и обувь) по количеству покупок в месяц составит 11,3% от всех покупок (рисунок 2.5).

Исходные допущения		
Цена цифровой марки (цифрового кода), без НДС	руб.	0,50
Доля стоимости расходных материалов при производстве товара от конечной цены реализации	%	25%
Доля брака товара от несчитывания цифровой марки	%	2,0%
Процент стоимости товара без наценки в торговле	%	50%
Доля несчитываемых марок	%	2%
Цена цифровой печати цифровой марки в типографии на этикетку/упаковку или на сам товар	руб.	0,05
Цена транзакции	руб.	0,05
Количество транзакций с одной единицей товара от производства до реализации конечному потребителю	единиц	3,00
Этап логистики и торговли		
Количество аппаратов (сканеров), необходимых к подключению к Государственной информационной системе	единиц	3 100 000
Цена сканера, подключенного к сети Интернет и он-лайн кассе, без НДС	руб.	15 000
Цена он-лайн кассы, без НДС	руб.	50 000
Срок полезного использования ИКТ-оборудования (этап логистики и торговли)	лет	5,00
Доля от капитальных затрат, приходящаяся на техническое обслуживание с расходами на ПО	%	12,5%
Доля амортизационных отчислений на продовольственный сегмент	%	50,0%
Доля расходов на техническое обслуживание аппаратов (сканеров) по продовольственному сегменту	%	50,0%
Этап производства (сегмент продовольственных товаров)		
Количество производственных предприятий в России	единиц	51 387
Объем производства продукции	млн руб.	8 772 886
Количество необходимых линий по нанесению цифровой маркировки	единиц	2
Стоимость одной производственной линии по нанесению маркировки	руб.	2 000 000
Стоимость ПО для линии по нанесению маркировки с подключением в сеть Интернет	руб.	1 000 000
Доля стоимости пуско-наладочных работ	%	10,0%
Срок полезного использования оборудования	лет	5
Процент от капитальных затрат, приходящихся на техническое обслуживание	%	7,5%
Процент от капитальных затрат, приходящихся на обслуживание ПО	%	5,0%
Этап производства (сегмент непродовольственных товаров)		
Количество производственных предприятий в России	единиц	100 000
Объем производства продукции	млн руб.	8 261 970
Количество необходимых линий по нанесению цифровой маркировки	единиц	2
Стоимость одной производственной линии по нанесению маркировки	руб.	2 000 000
Стоимость ПО для линии по нанесению маркировки с подключением в сеть Интернет	руб.	1 000 000
Доля стоимости пуско-наладочных работ	%	10,0%
Срок полезного использования оборудования	лет	5
Процент от капитальных затрат, приходящихся на техническое обслуживание	%	7,5%
Процент от капитальных затрат, приходящихся на обслуживание ПО	%	5,0%

Рисунок 2.5. – Допущения по количеству покупок в месяц товаров народного потребления, включая текстиль, одежду и обувь⁸⁰

По мнению экспертов, расходы только на приобретение цифровых марок будут существенно увеличиваться в непродовольственном сегменте, составив в 2025 году уже 11 млрд. рублей (рисунок 2.6.)



⁸⁰ Влияние тотального цифрового маркирования на российский рынок товаров народного потребления. Центр отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт» Министерства финансов Российской Федерации по заказу Ассоциации производителей фирменных торговых марок «РУСБРЕНД». 2020 г. 21с. URL: www.nifi.ru. (дата обращения: 01.11.2024)

Рисунок 2.6. – Динамика расходов на приобретение цифровых марок в
непродовольственном сегменте в период с 2025-2030 гг.⁸¹

Капитальные расходы на логистику и торговли существенные, к тому же потребность в сканерах постоянно будет расти, к 2030 году их потребность возрастет до 42,7% по сравнению с 2020 годом. Годовые затраты на маркировку также будут расти, так, по подсчетам, на 1 предприятие текстильных изделий к 2030 году они увеличатся на 83,5% по сравнению с 2025 годом, на производстве одежды - на 203% (рисунок 2.7.)

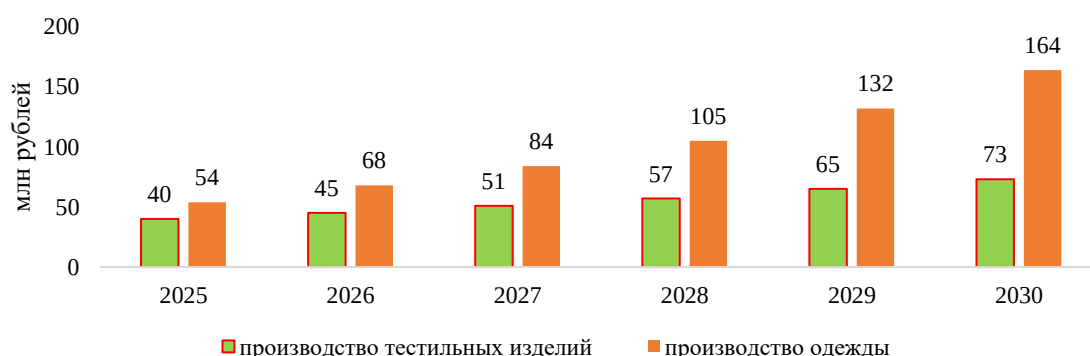


Рисунок 2.7. – Диаграмма прогнозируемой динамики годовых затрат на
маркировку

(на 1 предприятие) с 2025 по 2030 гг.⁸²

Внедрение реформы имеет ряд *негативных последствий, влияние на развитие МСП и всей отрасли в целом.*

В настоящее время можно констатировать отсутствие однозначных исследований и выводов о снижении контрафакта в результате внедрения системы, поскольку челночные продажи немаркируемых товаров до сих пор процветают. Кроме того, невозможно оценить исходный объем вследствие

⁸¹ На основе данных исследования: Влияние тотального цифрового маркирования на российский рынок товаров народного потребления. Центр отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт» Министерства финансов Российской Федерации по заказу Ассоциации производителей фирменных торговых марок «РУСБРЕНД». 2020 г. 21с. URL: www.nifi.ru. (дата обращения: 01.11.2024)

⁸² На основе данных исследования: Влияние тотального цифрового маркирования на российский рынок товаров народного потребления. Центр отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт» Министерства финансов Российской Федерации по заказу Ассоциации производителей фирменных торговых марок «РУСБРЕНД». 2020 г. 21с. URL: www.nifi.ru. (дата обращения: 01.11.2024)

недостовверных данных. При этом цифровая маркировка товаров относится к формальным методам контроля, начиная с этапа производства, но никак не контролирует уровень качества продукции.

Стоит отметить, что обычным потребителям розничных товаров для проверки маркировки продукции необходимо иметь: смартфон для загрузки приложения «Честный знак», выход в сеть Интернет. Не все потребители могут справиться с данной задачей. При этом при возврате по закону⁸³ ряда товара в течение 14 дней в упаковке, но без маркировки (или поврежденной маркировки), продавец снова должен потратить трудовые и финансовые ресурсы для запроса в системе «Честный знак» новой маркировки и ее печати.

Цифровая маркировка - технический инструмент, который также не может гарантировать соблюдение законодательства о защите прав интеллектуальной собственности, поэтому также ожидается нулевой эффект в данном вопросе.

Одним из негативных последствий внедрения маркировки может являться сжатие рынка за счет ухода участников, которые не соответствуют новым требованиям контроля и роста цен в регионах, а с возрастающим уровнем инфляции потребительская корзина существенно уменьшается в пользу самой необходимой продукции. Так, цены на товары общего народного потребления увеличиваются по многим причинам: усиление монополизации крупными игроками, переложение издержек на маркировку в цены товаров легкой промышленности. И как следствие всеобщего увеличения цен произойдет сжатие внутреннего спроса на товары легкой промышленности. Излишние формальности на рынке разгоняют инфляцию.

Внеплановые дополнительные расходы на организацию деятельности по маркированию товаров связаны с трудовыми издержками для обучения или найма сотрудников, покупкой оборудования, цифровой марки, организацией технологического процесса.

⁸³ Ст. 25 Закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»

Тревожной тенденцией стало то, что в отрасли текстильной промышленности наблюдается снижение объемов выручки с 2022 года (таблица 2.9). Показатель «Выручка от продаж» отражает объем платежей за выпущенные предприятиями продукты в разрезе видов деятельности ОКВЭД. Выручка рассчитана за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей. Выручка включает все товары, работы и услуги, реализованные предприятием в ходе коммерческой деятельности. Данный показатель соответствует показателям по снижению количества предприятий в отрасли, увеличению расходов на ведение бизнеса, повышению уровня инфляции. Таким образом, дополнительные расходы приведут к последующему снижению выручки от продаж в отрасли, уменьшению налоговых поступлений и сокращению МСП в легкой промышленности.

Таблица 2.9. – Выручка от продаж по предприятиям текстильной промышленности за период 2019-2023 гг.⁸⁴

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка от продаж (млрд руб.)	706,9	531,8	754,4	680,9	621,9
Динамика (% к предыдущему году)	-	-24,8	41,8	-9,7	-8,7

Можно ожидать, что продолжение тенденций в неизменном виде приведет к резкому росту цен. Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Москве Татьяна Минеева отметила, что маркировка «увеличивает стоимость продукта в среднем на 20%».⁸⁵ По мнению других экспертов обязательная маркировка товаров широкого потребления повлечет

⁸⁴ Федеральная налоговая служба. Официальный сайт. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn78/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения: 03.11.2024)

⁸⁵ Бизнес просит приостановить обязательную маркировку. Услышат? /Бухгалтерия.ру. URL: <https://www.buhgalteria.ru/article/biznes-prosit-priostanovit-obyazatelnuyu-markirovku-uslyshat> (дата обращения: 01.11.2024)

удорожание конечной продукции на 10-30 %.⁸⁶ Кроме того, рост цен будет постоянно расти, по мнению экспертов на непродовольственном рынке ввиду маркирования товаров он будет достигать до 3,6% в год⁸⁷. Ввиду увеличения роста цен, как следствие будут расти и налоговые отчисления. Так, ожидаемый прирост налоговых доходов от маркировки связан с ростом цен вследствие переложения расходов на маркировку – «налог на налог».

Аппарат Бориса Титова процитировал председателя совета директоров компании «Планета увлечений», который владеет гипермаркетами «Леонардо», Бориса Каца: «Мы посчитали, во что с учетом всех организационных расходов выливается стоимость маркировки единицы товара при его движении по цепочке – производитель/импортер, федеральный оптовик, региональный оптовик, розница. Получилось 75 рублей за единицу. В нашей сети 80% товара стоят меньше 150 рублей, то есть рост цены будет минимум в полтора раза». Следует отметить, что похожие и большие проблемы в других отраслях, например, в ресторанном бизнесе: так, основатель ресторанов «Мясо&Рыба» Сергей Миронов, в свою очередь, заключил, что из-за внедрения обязательной маркировки 95% предприятий в сегменте ресторанного бизнеса станут нарушителями закона⁸⁸.

Ввиду значительной доли функционирующих на рынке торговли текстилем структур малого и микробизнеса наглядно прослеживается искажение конкурентных условий в пользу крупного предпринимательства, банкротства малого и микробизнеса соответственно. Многие эксперты сходятся во мнении, что реформа начинала оборачиваться для малых и средних предприятий непредвиденными дополнительными расходами,

⁸⁶ Маркировка на пространстве ЕАЭС: проблемы и риски / Retail.ru. URL: <https://www.retail.ru/articles/markirovka-na-prostranstve-eaes-problemy-i-riski/?ysclid=m3ohwsrerg372066034> (дата обращения: 10.10.2024)

⁸⁷ Влияние тотального цифрового маркирования на российский рынок товаров народного потребления. Центр отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт» Министерства финансов Российской Федерации по заказу Ассоциации производителей фирменных торговых марок «РУСБРЕНД». 2020 г. 21с. URL: www.nifi.ru. (дата обращения: 10.10.2024)

⁸⁸ Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

которым, как указывал Головнев, «необходим, как минимум, адаптационный период».⁸⁹ Целесообразно перенести сроки введения цифровой маркировки товаров до 31.12.2025 года для продолжения адаптационного периода и тестирования системы.

В отношении маркировки в рамках борьбы с контрафактом уже на Форуме «Антиконтрафакт-2018» были отмечены две проблемы. Первая связана с практическим прекращением производства традиционных меховых изделий для нужд народов Крайнего Севера – меховых чумов, унтов, парок и т.п. Для производителей такого товара барьером стала не стоимость меток, а стоимость администрирования процесса. Вторая проблема возникла у представителей малого бизнеса в связи с появлением новых издержек на приобретение и поддержку в рабочем состоянии устройств контроля маркировки (сканеров) и каналов связи, а в случае продажи нескольких групп товаров, например, текстильной одежды и меховых изделий, необходимо несколько устройств⁹⁰.

Массовое недовольство деловых кругов проводимой реформой, вылившееся в многочисленные обращения в органы власти, получило новый импульс в марте 2022 года, когда Россия оказалась в условиях жесткого консолидированного давления со стороны западных стран. Формирование новой геополитической реальности повлекло за собой рост глобальных угроз в экономической плоскости. Не решая главную проблему, внедрение маркировки вместе с тем создает дополнительные сложности малому и среднему бизнесу, начиная от периодически возникающих сбоев в реализации произведенной продукции и заканчивая существенным увеличением затрат, необходимых для внедрения маркировки в хозяйственный процесс и перекладываемых на потребителя.

⁸⁹ Там же

⁹⁰ Маркировка на пространстве ЕАЭС: проблемы и риски / Retail.ru. URL: <https://www.retail.ru/articles/markirovka-na-prostranstve-eaes-problemy-i-riski/?ysclid=m3ohwsrerg372066034> (дата обращения: 10.10.2024)

Получается, что заявляя о том, что бизнесу нужно дать максимальную свободу, государство одновременно внедряет дополнительные барьеры на пути развития предпринимательства, занимаясь отладкой администрирования далеко не самых приоритетных направлений в сложный период в современных реалиях.⁹¹ Создание сложной и трудоёмкой для сектора МСП в текстильной промышленности и розничной торговле текстилем и одеждой вероятнее всего приведёт к подорожанию наиболее дешёвой продукции для потребителей на 10-15%, что с учётом рисков уголовной ответственности для предпринимателей рост может быть и более существенным.

Рост цен в этом случае спровоцирует снижение спроса и банкротство некоторого числа предприятий (СМП) в сфере торговли текстилем, что спровоцирует кризис в отрасли текстиля в целом: дальнейший рост товарных запасов на складах, значительное увеличение операционных расходов, падение выручки, снижение конкурентоспособности российских производителей одежды на мировом рынке. Причём на качество конкретных товаров, прежде всего детской одежды, сувенирного текстиля и форменного обмундирования наклейки Data Matrix повлиять пока не способны. Более сложные системы маркировки с интеграцией кодов Data Matrix в систему международной маркировки товаров возможны только для крупных производителей одежды, где эту систему и следует апробировать.

⁹¹ В легкой промышленности РФ зафиксирован наибольший рост количества предприятий МСП в сегментах детской и спортивной одежды /Центр Развития предпринимательства Московской области. URL: <https://mспмо.ru/news/v-legkoy-promyshlennosti-rf-zafiksirovan-naibolshiy-rost-kolichestva-predpriyatiy-mсп-v-segmentakh-d/> (дата обращения: 27.10.2024)

ГЛАВА 3

АНАЛИЗ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ СИСТЕМЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

3.1. Анализ правового регулирования производства и реализации товаров легкой промышленности в системе обязательной маркировки товаров на предприятиях малого и среднего бизнеса в Российской Федерации

Обязательная маркировка товаров легкой промышленности относится к предмету правового регулирования административного права и приводит к комплексному регулированию правоотношений с участием среднего и малого бизнеса во многих сферах, связанных с реализацией промышленных товаров. Значительное влияние системы обязательной маркировки товаров легкой промышленности на работу многих предприятий малого и среднего бизнеса обусловило внимание к состоянию российского законодательства в этой области.

Федеральный закон Российской Федерации № 487–ФЗ от 31 декабря 2017 г. «О внесении изменений в статью 4.7 Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники» создает правовые условия для обязательной дополнительной маркировки на основании постановления правительства РФ. Статья 1 Закона № 487–ФЗ изменяет пункт 5 статьи 4.7 Федерального закона от 22 мая 2003 года № 54-ФЗ⁹² следующим образом: «5. Правительство Российской Федерации вправе устанавливать дополнительный обязательный реквизит кассового чека или бланка строгой отчетности - «код товара», определяемый Правительством Российской Федерации и позволяющий идентифицировать товар или код товарной номенклатуры.»

⁹² Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» от 22.05.2003 № 54-ФЗ (действующая редакция)

В Распоряжении Правительства РФ № 792-р от 28 апреля 2018 г. указан перечень товаров подлежащих обязательной маркировке (приведены первые 4 цифры кода ТНВЭД) и сроки введения системы для различных товарных групп.

Постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. № 1956 «Об утверждении Правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации ...» изменено Постановлением Правительства РФ № 1899 от 13.11.2023 в перечень подлежащей маркировке продукции добавлены новые группы товаров, т.е. расширена сфера его действия.

Нанесение средств идентификации на потребительскую упаковку, или на товары легкой промышленности, или ярлык, или этикетку товаров легкой промышленности, ввозимых на территорию Российской Федерации или произведенных на территории Российской Федерации, осуществляется в соответствии с Правилами, утвержденными Постановлением № 1956.

Маркировка текстиля в целом стала проблемной для рынка. Правила маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации (с изменениями на 29 июня 2024 года)⁹³ по сути и с тали предметом настоящего исследования в связи с практическими проблемами их имплементации в хозяйственные практики предприятий МСП.

Так, в частности участники оборота товаров легкой промышленности в соответствии с утвержденными Постановлением № 1956 Правилами: «проходят тестирование информационного взаимодействия собственных программно-аппаратных средств и информационной системы мониторинга в

⁹³ Постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. № 1956 «Об утверждении Правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении товаров легкой промышленности». (с изменениями на 29 июня 2024 года) (редакция, действующая с 1 сентября 2024 года)
<https://docs.cntd.ru/document/564110764?ysclid=m49b52y672238960564>

соответствии с порядком, размещенным на официальном сайте оператора информационной системы мониторинга в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в отношении маркировки товаров легкой промышленности, ввода товаров легкой промышленности в оборот, их оборота и вывода из оборота ...» (пп. 7 п. 2). Совершенно неясно, из какого закона следует, что все предприятия МСП, связанные с легкой промышленностью, должны иметь стабильный выход в Интернет и не имеют право без него работать. Такая обязанность может быть установлена только законом, однако конституционность такого закона, даже если он появится, будет вызывать обоснованные сомнения поскольку это правило ограничивает свободу предпринимательства.

Правовые вопросы вызывает не столько сама идея обязательной маркировки текстильных товаров, сколько экономическая рациональность тех системных решений, которые приводят к нарушению прав предпринимателей конкретными условиями работы операторов обязательной системы.

Недопустимость нарушения конституционных прав граждан предполагает разработку системы маркировки в равной степени удобной для МСП и крупного бизнеса. В соответствии с Конституцией Российской Федерации каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (ст. 34 п.1,2)

Федеральный закон № 209-ФЗ от 24.07.2007 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусматривает необходимость «мер по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора)» (п. 6 ст. 7), в противном случае все

«основные цели государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства» (п. 2 ст. 6) не могут быть достигнуты.

Статья 12 Федерального закона № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства ...» предполагает взаимодействие органов государственной власти в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Законом установлено, что «Правительство Российской Федерации в пределах своих полномочий и в целях обеспечения сочетания интересов Российской Федерации и субъектов Российской Федерации в области развития малого и среднего предпринимательства координирует деятельность органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по осуществлению ими государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Фактически без учёта этого положения закона вводится федеральное регулирование розничной торговли текстилем, который нередко производится в отдельных регионах в штучном (декоративно-прикладном) количестве.

Постановление Конституционного Суда РФ от 22.11.2001 № 15-П «По делу о проверке конституционности пункта 2 статьи 16 Закона Российской Федерации "О сертификации продукции и услуг" в связи с жалобой гражданина В.П. Редкопа» утверждает, что «положение [закона]... об оплате работ по обязательной сертификации в той мере, в какой оно – по смыслу, придаваемому ему официальным и иным толкованием и сложившейся правоприменительной практикой, - допускает возможность введения не относящейся к сертификации обязательной маркировки конкретной продукции марками учетной информации с оплатой соответствующих расходов субъектами предпринимательской деятельности, не соответствующим Конституции Российской Федерации, ее статьям 34 (часть 1), 35 (части 1 и 2) и 55 (часть 3)». Обязательная маркировка конкретной продукции в системе «Честный знак» не только не относится к сертификации

товаров, которая является исключением из этого правила, она ещё и способна приводить к банкротству (устранению с рынка) предприятий МСП, для которых затруднён доступ к средствам контроля маркировки, то есть содержит признаки нарушения п. 2 ст. 34 Конституции Российской Федерации.

Тот факт, что Постановление Конституционного Суда РФ от 22.11.2001 № 15-П касалось отменённого Закона Российской Федерации «О сертификации продукции и услуг» не позволяет полагать, что аналогичные процедуры можно имплементировать на основании Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» от 22.05.2003 № 54-ФЗ путем принятия ряда Постановлений Правительства РФ, которые возлагают на предпринимателей уголовную ответственность за несоответствие маркировки требованиям подзаконных актов.

Письмо Минпромторга России от 22.12.2020 № ЕВ-101154/28 «По вопросу привлечения участников оборота товаров легкой промышленности, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, к ответственности за нарушение требований в сфере маркировки товаров средствами идентификации» разъясняет, что после 1 января 2021 г. «в случае отсутствия средств идентификации на товаре и (или) отсутствия в информационной системе маркировки сведений о нанесении средств идентификации со дня вступления в силу соответствующих требований товар признается немаркированным».

Система «Честный знак» утверждает, что «Размещение Data Matrix кода на упаковке товара позволяет эффективно бороться с контрафактом и контрабандой, защищает легальный бизнес и потребителей, а также позволяет государству повысить собираемость налогов».⁹⁴ Вместе с тем, речь идёт о работе ООО «Центр развития перспективных технологий»⁹⁵ - коммерческой

⁹⁴ Национальная система маркировки Честный знак. <https://chestnyyznak.pf/o-chestnom-znake/nacionalnaya-sistema-markirovki/>

⁹⁵ https://crpt.ru/files/27.11.2019_Устав%20ЦРПТ%20новая%20ред.%20от%2019.11.2019.pdf

монополии на рынке, которая на своём сайте указывает свою организационно-правовую форму только в Уставе организации, осознавая ситуацию, а именно, что оно «трансформирует рынки при помощи цифровых решений»⁹⁶.

Распоряжение Правительства РФ от 08.05.2019 РФ №899-р «О реализации проекта государственно-частного партнерства» фактически наделяет ООО «Оператор-ЦРПТ» исключительными правами по проведению «экспериментов по маркировке товарных групп», и определению «влияния процесса маркировки на работу производственных линий производителей...» Неясно, как это положение соотносится с тем, что «Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию ...» (п. 2 ст. 34 Конституции Российской Федерации). Не совсем понятно и то, кто осуществляет контроль за качеством услуг ООО «Оператор-ЦРПТ», учитывая, что наклейки Data Matrix, если они окажутся некачественными или поддельными, создают для предпринимателей риски привлечения к уголовной ответственности. То есть прибыль от обязательной маркировки товаров получает монопольный оператор, который сам вправе определять качество своей работы на основании Распоряжения Правительства России.

Тем самым очевидно, что имевшие место «противоречия интересов частного сектора экономики и государства»⁹⁷ вышли на новый уровень. Фактическая ситуация показала, что «вывод о недостаточной эффективности использования в хозяйственной деятельности потенциала малых предприятий» и поиск в государственно-частном партнёрстве мер «повышающих эффективность государственного участия в поддержке драйвера инновационного развития – малого бизнеса»⁹⁸ ошибочен. В существующем виде государственно-частное партнёрство усиливает давление на МСП через систему цифрового контроля.

⁹⁶ Там же.

⁹⁷ Макаров И.Н. Государственно-частное партнерство сегодня современная экономика: регулирование и партнерство // Российское предпринимательство. 2009. № 8-2. С. 22-28.

⁹⁸ Чумаков И.И. Государственно-частное партнерство как основная форма партнерства государства и бизнеса // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2017. № 11. С. 29-32.

Сайт «Честный знак» указывает, что «С 01 ноября 2024 года поэтапно вводится разрешительный режим на кассах для товаров легкой промышленности. К этой дате каждому участнику розничной торговли необходимо обновить свое верхнеуровневое программное обеспечение, чтобы избежать нарушений при работе с маркированным товаром».⁹⁹ Влияние процесса маркировки на работу предприятий розничной торговли не учитывается, в обоснование приводятся положения законодательства и подзаконных актов.

Особого внимания заслуживает раздел «За что можно получить штрафы» на сайте «Честный знак», который оформило ООО «Центр развития перспективных технологий» и через него утверждает, что «Уголовная ответственность [вводится] За преступления в особо крупных размерах и в случае сговора Штрафы: до 1 000 000 Р, Лишение свободы: до 5 лет» (на самом деле до 6 и без сговора). Не совсем понятно, о сговоре с кем и о чем, но это вопросы к законодателю. Непонятно в каком именно случае и для кого уклонение от услуг ООО «Центр развития перспективных технологий» влечёт уголовную ответственность. В то же время правовая неопределённость при установлении уголовной ответственности требует специального внимания со стороны системы конституционного контроля.

Ссылка на статью 171.1 Уголовного кодекса РФ «Производство, приобретение, хранение, перевозка или сбыт товаров и продукции без маркировки и (или) нанесения информации, предусмотренной законодательством Российской Федерации» видится при фактическом положении дел обязательной на сайте ООО «Оператор-ЦРПТ», а её отсутствие вводит потребителей услуг, обеспеченных уголовным правом, в заблуждение.

Фактически действующая редакция ст. 171.1 УК РФ гласит: «Производство, приобретение, хранение, перевозка в целях сбыта или сбыт товаров и продукции без маркировки и (или) нанесения информации,

⁹⁹ Маркировка товаров легкой промышленности https://честныйзнак.рф/business/projects/light_industry/

предусмотренной законодательством Российской Федерации, в случае, если такая маркировка и (или) нанесение такой информации обязательны, либо производство, приобретение, хранение, перевозка в целях сбыта или сбыт товаров и продукции с использованием заведомо поддельных средств идентификации для маркировки товаров, совершенные в крупном размере наказываются штрафом в размере до трехсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до двух лет, либо принудительными работами на срок до трех лет, либо лишением свободы на срок до трех лет ...» (п. 1 ст. 171.1). Крупным размером в частях третьей и четвертой ст. 171.1 Уголовного кодекса РФ признается стоимость немаркированных продовольственных товаров, превышающая четыреста тысяч рублей (Прим. 1). Смысл этого положения закона сводится к тому, что за коммерческую перевозку (производство или сбыт) текстиля без марки от ООО «Центр развития перспективных технологий» субъектам МСП с партией в 400000 руб. грозит лишение свободы на срок до трех лет со штрафом в размере до восьмидесяти тысяч рублей. Сговор при этом может стать отягчающим вину обстоятельством, но достаточно и просто принять груз без марок к перевозке в место сбыта или на коммерческий склад. Если груза относительно много (особо крупный размер – 1 млн руб.) преступление становится тяжким и перевозчику грозит лишение свободы на срок до шести лет. Сложно в рамках данного исследования анализировать разумность и справедливость положений ст. 171.1 Уголовного кодекса РФ, так что мы просто отметим, что за кражу (ст. 158 Уголовного кодекса РФ) предусмотрены аналогичные наказания, т.е. до 6 лет за 1 млн руб (прим. 4). Система, где обязательные услуги монополиста ООО «Оператор-ЦРПТ» обеспечиваются нормами уголовного права при нормативном установлении этой системы под видом государственно-частного партнёрства заставляют по-новому посмотреть на данный институт и работу саморегулируемых организаций на рынке.

Проблемы с маркировкой текстиля в России определённо существенные, специалисты в отрасли оценивают состояние примерно так: «маркировка всех исследуемых образцов не соответствует полным требованиям ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности», поскольку у образцов ... отсутствует юридический адрес изготовителя (поставщика), Единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза, дата изготовления, устойчивость окраски, сорт и символы по уходу и нет подтверждения сертификации продукции, а образец № 2 английского производства имеет отрицательное значение по ширине ткани, которое превышает предельно допустимое отклонение нормативных требований...».¹⁰⁰ Предложенные ООО «ЦРПТ» и законодательно обеспеченные меры по обязательной маркировке текстиля не решают давно очевидных проблем.

Учитывая всё вышеизложенное, предлагается Федеральный закон «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве ...» от 13.07.2015 № 224-ФЗ дополнить статьёй 5.1 «Проекты государственно-частного партнёрства, защищающие права и свободы граждан» следующего содержания: 1. К реализации проектов государственно-частного партнёрства нацеленных на защиту прав и свобод граждан допускаются только некоммерческие организации. 2. Реализация государственно-частного партнёрства с целью ограничения прав и свобод граждан не допускается. 3. Реализация государственно-частного партнёрства в целях создания картеля или ограничения конкуренции на рынке законодательно запрещается и влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством, действующим на момент издания органом власти подзаконного акта, приведшего к противоправному ограничению конкуренции на рынке. Без этого обязательная маркировка текстиля по договору с ООО «ЦРПТ» наклейками Data Matrix

¹⁰⁰ Илларионова К.В., Григорьев С.В. Тенденции в производстве хлопка и бельевых изделий, оценка их качества // Международный научный журнал. 2018. № 1. С. 21-29.

может нарушать конституционные права предпринимателей и создаёт риск значительной нагрузки на конституционное правосудие.

3.2. Сравнительно-правовой анализ регулирования маркировки товаров легкой промышленности в зарубежных странах

Сравнительно-правовое исследование показывает, что маркировка товаров из текстиля несомненно может быть цифровой, но она должна быть понятной потребителю без смартфона. Марка должна быть читаемой и без использования технических средств всем и особенно потребителю, более того, она должна способствовать конкуренции и росту качества товаров, а также отвечать интересам производителя маркируемых товаров.

Для эффективной работы цепочки поставок текстильной отрасли важно, чтобы материалы, детали и продукты можно было точно идентифицировать и отслеживать на всех этапах процесса производства и доставки. Возможность записи этапов производственного пути помогает во всем, от планирования запасов до прослеживаемости продукции. Понимание, где товар находится – жизненно важная возможность на рынке, особенно, если по какой-либо причине продукт необходимо отозвать. Эффективная маркировка может ускорить процессы производства и складирования, поскольку предметы, которые можно быстро и точно идентифицировать. В результате маркировки товара запросы потребителей могут обрабатываться быстрее. Своевременная и точная маркировка также может улучшить качество продукции, позволяя легко отделить любые сомнительные материалы или детали для тестирования на предмет соответствия стандартам.

Маркетологи полагают, что, если вы поставляете детали другому производителю, ваша услуга будет считаться более ценной, если ваш продукт будет доставлен вашему клиенту с маркировкой в соответствии с его спецификациями. В конкурентной среде — месте, где работает большинство производителей — эти типы эффективности и преимуществ могут иметь большое значение и помочь завоевать клиентов. Для ряда отраслей, включая

производство продуктов питания и напитков, фармацевтику, медицинские приборы и электронику, местные и международные правила и стандарты предусматривают требования к маркировке. Несоблюдение производителем специфических требований к маркировке в отрасли может привести к запрету продажи вашей продукции и подвергнуть вашу организацию штрафам и другим санкциям. Проблемы с маркировкой на производстве. Хотя эффективная стратегия маркировки может принести значительную пользу производителю, существуют и подводные камни, о которых следует знать.

Все меры производителей используются, чтобы свести к минимуму риск прикрепления неправильной этикетки к изделию. Неправильная маркировка нарушит производство, поскольку персонал будет стараться устранить проблему и проверить любые последующие последствия, такие как использование или отправка клиентам условно «неправильных» изделий. Ничто не подрывает доверие к поставщику так, как поступление продуктов или деталей, которые не соответствуют заявленным на упаковке свойствам. Наклеивание наклеек на одежду и текстиль не соответствует обычаям делового оборота в отрасли, где распространены пришивные бирки, нашивки и принты на материале.

Правило, которое гласит: «Чтобы избежать неправильной маркировки, печатайте и наклеивайте этикетки как можно ближе к месту выполнения работы и как можно скорее» говорит о порочности маркирования остатков товаров. Обычаи делового оборота означают, что необходимо обеспечить достаточное количество принтеров для этикеток в ключевых точках по всему заводу, складу и другим соответствующим объектам. Чтобы обеспечить эффективность бизнеса, маркировка не должна снижать скорость линии, поэтому инвестиции в системы печати, которые могут идти в ногу с темпами производства – удел крупных производств.

Лучшие практики для эффективного процесса маркировки производства строятся на принципах общественной полезности и экономической

рациональности. Чтобы превратить маркировку из необходимого зла в средство повышения производительности, необходимо принять несколько лучших практик. Интеграция данных между решениями по управлению этикетками и другими системами имеет жизненно важное значение, если маркировка должна оказывать значительное влияние на улучшение операций в отрасли. Интеграция логики печати этикеток с другими процессами, включая заказы на продажу, планирование, отслеживание производства и выполнение заказов, обеспечит «единый источник истины».

Интеграция различных частных систем учёта на одной *некоммерческой* платформе также помогает предотвратить ошибки маркировки из-за неправильного ввода данных, распространенной проблемы, когда данные необходимо вводить сотрудникам, работающим на месте. Помимо инвестирования в интегрированную централизованную систему управления этикетками, убедитесь, что выбранное вами решение позволяет вам редактировать и создавать полный спектр макетов этикеток. Это позволит вам соответствовать конкретным требованиям клиентов и регулирующих органов к маркировке и легко адаптироваться при изменении этих требований.

Различные типы требований к маркировке применяются практически ко всем продуктам, производимым или импортируемым для продажи в Европейском Союзе. Обычно они являются частью правил и директив, таких как Директива по низковольтному оборудованию или Общий регламент по безопасности продукции. Требования ЕС к маркировке охватывают символы соответствия, такие как маркировка CE и маркировка WEEE, прослеживаемость и многое другое. Неправильная маркировка продукта и упаковки может привести к штрафам или отзыву — вот почему так важно понимать требования, которые распространяются на вашу продукцию. Маркировка текстильных изделий в ЕС:



Рисунок 3.1. – Маркировка текстиля в Европейском Союзе

Одежда и другие изделия, содержащие не менее 80% по весу текстильных волокон, должны быть маркированы с указанием правильного состава волокна (например, 100% хлопок или 100% полиэстер). Кроме того, этикетка должна быть постоянной, то есть она должна быть либо прикреплена, либо напечатана на изделии. Поэтому наклейки недостаточно. Информация о составе текстиля на этикетке должна быть четко отделена от другой информации, такой как уход за изделием.

Требования к маркировке текстильных изделий в США являются предметом федерального права. Товары, содержащие текстильные волокна, мех и шерсть, которые импортируются или производятся в США, подпадают под правила и требования маркировки, изложенные в 16 CFR Части 303, 301 и 300. Кроме того, для некоторых товаров (например, одежды) может потребоваться маркировка по уходу, согласно 16 CFR Часть 423. Другие правила, такие как CPSIA или Закон о легковоспламеняющихся тканях, также устанавливают требования к маркировке текстильных изделий на основе подходящей возрастной группы или характеристик ткани.

В руководствах объясняется, какие товары подпадают под соответствующие правила и каковы требования к маркировке. Некоторые из этих правил могут также содержать требования к документации и испытаниям.



Рисунок 3.2 – Традиционная маркировка текстиля в США

В последние годы в печати этикеток для белья появилось множество инноваций и технологий, которые повысили эффективность, качество и универсальность процесса печати. Некоторые из этих инноваций включают в себя печать методом переноса DTF, флексографическую печать, сублимационную печать, УФ-печать, технологию RFID и термотрансферную печать.



Рисунок 3.3 – Инновационная маркировка текстиля в США

Корпорация «Wunderlabel» использует инновационную DTF-печать для производства этикеток на шее DTF, которые часто включают инструкции по стирке. При DTF-печати для текстиля процесс производства начинается с переноса цифрового изображения на компьютер. Печатная машина DTF печатает это изображение на несущей пленке с помощью специальных чернил. Чернила представляют собой специальные пигментные чернила, подходящие для ткани и других материалов. DTF-печать обеспечивает высокое качество и долговечность, поскольку чернила наносятся непосредственно на пленку. Это обеспечивает лучшую насыщенность цвета и точность.

Текстильные и швейные изделия, произведенные и распространяемые для использования и продажи в качестве внутренних товаров на рынке Китая, должны иметь этикетку с надписью «Инструкции по применению» или «Сертификат». В стандарте GB 5296.4-1998 изложены требования к этикеткам качества для текстильных и швейных изделий. Эта информация предоставляется для того, чтобы потребители могли понять качество продукции, правильно стирать или чистить продукцию, или связаться с источником поставки по любым вопросам.



Рисунок 3.4 – Маркировка текстиля в Китае.

Сертификация и маркировка «социально ответственной продукции» в последние годы явно привлекают все больший интерес. Системы и практические решения, разработанные в этой области, направлены на то, чтобы сделать «этичную продукцию» узнаваемой и общедоступной. Эта тенденция возникает из-за растущего признания потребителями не только технических преимуществ, цены, качества, сроков поставки и экологической безопасности, приобретаемой ими продукции, но и ее социальных и этических аспектов. В научных исследованиях широко характеризуется и оценивается важность социальной и экологической сертификации и маркировки для удовлетворения ожиданий покупателей в отношении текстильных и швейных изделий. Значимость мнения потребителей по вопросу маркировки имеет правовое и экономическое значение.¹⁰¹ Потребители не умеют читать наклейки Data Matrix, особенно это касается потребителей дешёвого текстиля.

Совершенно очевидно, что правила по обязательной маркировке текстиля должны быть такими, чтобы, удалив маркировку приобретённого товара, потребитель лишился права на возврат товара продавцу. Маркировка текстиля по нормам обычного транснационального права содержит информацию о вещи и уходе за ней. Вместе с тем, есть основания полагать, что вводимые в России практики обязательной цифровой повторной маркировки снижают конкурентоспособность отечественных производителей на мировом рынке, так как повышают издержки производства.

¹⁰¹ Koszewska, Malgorzata. (2011). Social and Eco-labelling of Textile and Clothing Goods as Means of Communication and Product Differentiation. *Fibres and Textiles in Eastern Europe*. 19. 20-26.

3.3 Социально-правовые последствия внедрении системы обязательной маркировки товаров легкой промышленности на предприятиях малого и среднего бизнеса в России

В рамках исследования проводился комплексный тематический анализ практик обязательной маркировки товаров легкой промышленности, включающий проведение и анализ результатов опросов и включённое наблюдение за работой предприятий МСП, связанных с расширением сферы действия Правил маркировки товаров легкой промышленности (далее - Правила). Первичное интервьюирование предпринимателей показало сложную ситуацию с ожиданиями всей отрасли МСП от расширения сферы действия Правил и крайнюю степень тревоги и недоверия у предпринимателей, торгующих текстильной продукцией.

Целями опроса было выявить причины очевидно негативного отношения предпринимателей к Правилам, охарактеризовать ожидания предпринимателей от введения в действие Правил, проанализировать организацию отношений между субъектами МСП и представителями системы «Честный знак», на которых органами исполнительной власти возложены функции по технической организации работы системы размещения Data Matrix.

В опросе приняло участие около 900 предпринимателей из разных регионов России, из них 87 % индивидуальные предприниматели, 16 % относится к сфере производства товаров, и около 84 % к сфере реализации одежды и промтоваров, все они знали о Правилах и признавали, что введение в действие Правил повлияет на их бизнес.

Региональной специфики при обработке анкет опроса выявлено не было, 21 % респондентов представляли Москву (188), 19 % предпринимателей представляли Санкт-Петербург (170), 60 % респондентов (539) значительно охарактеризовали ситуацию в 25 регионах России, включая, Татарстан, Удмуртию, Чувашию, Коми, Свердловскую, Челябинскую, Ленинградскую и Московскую области и др. (более 25 анкет), в остальных регионах

применительно к МСП нет оснований полагать, что ситуация существенно иная, там проводились устные опросы предпринимателей с использованием деловых связей заказчика и из 30 регионов поступили отдельные анкеты членов региональных ассоциаций малого бизнеса. Сеть ассоциаций предпринимателей позволила исследовать ситуацию в общероссийском масштабе, которая оказалась одинаково тревожной повсеместно.

Система обязательной маркировки товаров легкой промышленности, по мнению респондентов, отличается ненадёжностью самих цифровых маркировочных знаков, сложностью их машинной обработки. Процедуры маркировки не учитывают обязательства продавца принять товар к возврату в течении 14 дней и не вызывают доверия у потребителя текстильной продукции. Более того, складывается ситуация, при которой продавец уверен, что в случае порчи покупателем или сотрудниками, даже случайно, цифровых маркировочных знаков он несёт за это ответственность вплоть до уголовной.

Очевидно, что у лидеров отрасли есть понимание рациональной необходимости маркировки товаров, однако система уязвимая к влажности, физическому воздействию и зависима от работы конкретных сайтов Интернета вызывает у предпринимателей уверенность в стремлении регулятора нарушить их конституционные права. Респонденты высказывали обеспокоенность нарушением их прав в самых разных интерпретациях: от уверенности в недобросовестной конкуренции со стороны сетевого ретейла, до коррумпированности системы в целом. Ситуация во всяком случае требует внимания властей к законным интересам предприятий лёгкой промышленности и розничной торговли текстилем.

Отношение предпринимателей к самой идее обязательной маркировки товаров оказалось ожидаемо прохладным, лишь 10 % считают, что Правила соответствуют интересам предпринимателей, а критика системы «Честный знак» отмечается в 100 % анкет предпринимателей. В ответах ощущается эмоциональное неприятие системы на уровне призывов в ответах на открытые

вопросы «закрыть ЧЗ» (12 %). Отмечаются ожидания существенных убытков 48 %, банкротства 18 %, потери прибыли 34 %, положительных ожиданий не выявлено.

Результаты опроса вызывают беспокойство. Очевидно нарушение коммуникации оператора системы обязательной маркировки товаров легкой промышленности с интересами отрасли и торговли ее продукцией, предполагая маркировать текстиль аналогично продуктам питания без учёта мнения и потребностей промтоварного ретейла в сфере МСП. Вместе с тем важно, что представители системы «Честный знак» установили контакты с обеспокоенными на 100 % предпринимателями и выявили в целом те же проблемы, что и мы (по результатам собеседований с лидерами отрасли).

Из анкет следует, что «система постоянно присылает уведомления о сбоях. Служба поддержки не справляется, на каждый вопрос отвечает по недел[е]» (что не соответствует задачам чата сайта, но все равно ведет к системной переадресации запросов, а не решению проблем), «штраф за ошибки маркировок это крах... до миллиона рублей с конфискации продукции и лишение свободы», «Значительное удорожание товара, в сравнении с теми, кто не пользуется ЧЗ», «Штрафы за ошибки и человеческий фактор» и т.д. Такое отношение не способствует доверию бизнеса.

Качество работы системы в общем характеризует чат на сайте оператора. Цитата: «Сообщество Маркировки, я все-таки напишу. Мы практически случайно увидели это ваше сообщение только 30.09 примерно в 17.00. До этого мы были уверены, что заказали коды и сможем их распечатать до 01 ноября. Мы попытались успеть до 00.00, но ваша система работала крайне медленно, со сбоями. Мы физически просто не успели вывести коды на наш компьютер. До этого вашего сообщения везде было написано, что до 30 сентября надо заполнить карточки и ЗАКАЗАТЬ коды. На нашем балансе у вас зависала приличная сумма. Как нам со всем этим теперь быть? Как

вводить в оборот эти огромные остатки?»¹⁰² Или: «Сообщество Маркировки, у меня висит заказ, не распечатанный. Нажимаю, распечатать - ошибка: «для товарной группы «Предметы одежды, белье постельное, столовое, туалетное и кухонное» с выбранным при создании заказа способом выпуска в оборот Маркировка остатков «не допускается с 2024-11-01T00:00+03:00[Europe/Moscow]»»¹⁰³ Ответ от системы «Отправьте обращение в службу технической поддержки на почту support@crpt.ru с указанием: ИНН ТНВЭД GTIN Кол-во товаров необходимых для маркировки Мы разберемся в вашей ситуации»¹⁰⁴ демонстрирует уровень влияния ООО «Центр развития перспективных технологий» на работу предприятий малого и среднего бизнеса в сфере торговли одеждой.

Отдельное внимание целесообразно проявить к конструктивным замечаниям клиентов ООО «Центр развития перспективных технологий» типа: «Увеличение сроков получения товара от поставщика из-за маркировки» и комментариям «Вместо своей непосредственной работы, тратим все время на организацию процесса работы ЧЗ». Очевиден запрос на то, чтобы Правила имплементировались некоммерческими структурами, справедливо распределяя затраты на обязательную маркировку между ассоциациями крупных производителей текстиля и сетевого ретейла, сохраняя гарантии для развития МСП в сфере легкой промышленности как того требует Федеральный закон № 209-ФЗ от 24.07.2007 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Союз предприятий и мастеров индустрии рукоделия и творчества «Созидание» в письме Исх. № 03/03 – 04 от 03.03.22 г. на имя Министра промышленности и торговли Российской Федерации Д.В. Мантурова отмечал примерно следующее: в системе цифровой маркировки схематически путь

¹⁰² Топ вопросов по маркировке остатков легкой промышленности второй волны. Официальный сайт «Честный знак». URL: <https://markirovka.ru/community/shoes-and-clothes/glavnye-voprosy-po-markirovke-ostatkov-legkoy-promyshlennosti-vtoroy-volny> (дата обращения: 12.11.2024).

¹⁰³ Там же.

¹⁰⁴ Там же.

товара до потребителя можно представить так: Производство, (1) маркировка кодом, (2) сканирование кодов товара, отправляемого оптовому покупателю, (3) упаковка, генерация и наклейка группового кода на каждый короб, транспортировка до оптового покупателя, (4) сканирование оптового короба, (5) отгрузка в магазин со сканированием каждого кода на каждом товаре, запаковка, (6) транспортировка, сканирование каждого кода при приёмке, (7) сканирование каждого кода при продаже. На каждом этапе длинной цепочки движения товара требуется сканировать код, в итоге это добавит суммарно не менее 70 руб к стоимости товара. (То есть в среднем по 10 руб за операцию, что весьма реалистично.) Такая система с высокой долей вероятности ведёт к утрате конкурентоспособности ряда субъектов МСП, работающих с текстилем. Позиция Союза не была учтена при имплементации системы «Честный знак».

Проведенное социологическое исследование в целом подтверждает негативное влияние монополий на рынок коммерческих услуг, необходимость использования некоммерческих организаций для *саморегулирования и сорегулирования рынка государством и ассоциациями предпринимателей*, а также внимательного контроля над регуляторами со стороны правоохранительных органов. Соразмерность тяжести наказаний степени общественной опасности правонарушений в сфере соблюдения правил торговли текстилем может благоприятно сказаться на доверии на рынке и государственно-частном партнёрстве при разработке и введению в действие правил маркировки товаров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Российская легкая промышленность представлена несколькими отраслями национальной экономики, среди которых лидирующую роль играет текстильная. Рост текстильной промышленности оказывает положительное влияние на всю легкую промышленность, его динамика определяет условия жизни её работников и сообществ. Принимая во внимание такие факторы, как: заработная плата, условия труда и социальное развитие, текущую ситуацию в отраслях легкой промышленности можно назвать тревожной. Разработка новых материалов, интеграция автоматизации, искусственного интеллекта и других технологий требуют инвестиций, всё это приведёт к повышению конкурентоспособности в долгосрочной перспективе, однако на сегодняшний день дополнительные негативные факторы могут стать причиной депрессии и упадка в лёгкой промышленности и розничной торговле текстилем.

Производство и сбыт продукции легкой промышленности тесно взаимосвязаны. Экономический анализ в сопоставлении с результатами социологического исследования рынка показывает, что деятельность МСП в отраслях лёгкой промышленности по ключевым показателям нельзя назвать динамично развивающейся и перспективной. На рынке преобладает импортная продукция, объем которой в 17 раз больше экспорта. Объемы потребительского рынка при этом превосходят в три раза объемы производства, что и объясняет большой объем (более 82%) реализованных импортных товаров на рынке.

Регулирование российского рынка текстильной продукции обуславливает зависимость от импорта одежды, обуви и бытового текстиля. Причин способствующих лидерству стран АТЭС в легкой промышленности несколько: конкурентоспособные цены; многочисленная и экономически эффективная рабочая сила, в том числе - высококвалифицированные; преференциальные торговые соглашения со многими странами; благоприятные торговые соглашения. В условиях исторически сложившейся

ситуации с импортозависимостью в области сырья и оборудования, происходит постепенное истощение советского (еще) технологического потенциала, имеется проблема дефицита высококвалифицированных кадров, а также наблюдается значимая кластеризация отрасли (лидерами являются Ивановская и Московская области), на повестке дня также логистические проблемы в регионах России. Остро влияние западных санкций.

Учитывая результаты экономического анализа, сравнительно-правового исследования, тематического социологического опроса и интервьюирования предпринимателей ряд выводов представляются особо значимыми при введении системы обязательной маркировки товаров в российской лёгкой промышленности:

1. В России цены на товары легкой промышленности значительно выше среднемировых. Такое положение на рынке обусловлено тем, что себестоимость текстильной продукции значительно увеличивается за счёт неблагоприятных условий для ведения бизнеса, таких как (а) текущая ставка рефинансирования, которая определяет тренды стагнации в отрасли и (б) обязательная маркировка продукции, реализованная в отрыве от интересов отрасли лёгкой промышленности. Дальнейший рост цен на текстиль повлечёт депрессивный тренд во многих областях МСП, прежде всего в сфере розничной торговли и производстве предметов декоративно-прикладного искусства.

2. Государственно-частное партнёрство в сфере обязательной маркировки товаров формально не предполагает наделение конкретных коммерческих организаций полномочиями по сертификации продукции для её маркировки за счёт производителей и продавцов. При регулировании национального рынка текстиля органам власти особое внимание следует уделять равным возможностям доступа производителей к нему. Национальная экономика призвана реализовывать очевидные преимущества российской лёгкой промышленности, такие как: близость к ключевым региональным

рынкам и развитие двусторонних торговых соглашений, которые могут быть привлекательны для конкурентоспособных производителей.

Партнерские отношения могут быть установлены в рамках ЕАЭС и АТЭС с отраслевыми ассоциациями, торговыми палатами и международными торговыми организациями только при условии понятности для них правил и норм, действующих на национальном российском рынке.

Создание производственных предприятий в результате активизации сотрудничества между субъектами российской легкой промышленности с корпорациями из стран АТЭС требует правовой определенности и ясности правил ведения бизнеса, в том числе имплементации *системы маркировки текстиля* соответствующей обычаям делового оборота сложившимся на мировом рынке.

3. Действующие российские правила маркировки товаров легкой промышленности не предусматривают деления участников рынка по формату, размеру и характеру бизнеса, ставя в один ряд крупную швейную фабрику и небольшой магазин в торговом центре. В одном ряду оказывается OZON, небольшой розничный магазин и малое швейное производство униформы, что становится источником проблем для многих субъектов МСП и инструментом монополизации рынка крупным бизнесом.

Формат торговли крайне важен в контексте сложностей имплементации системы маркировки текстиля: офлайн, онлайн или реализация через маркетплейсы оказывают разное влияние на рынок и по-разному реагируют на законодательные изменения. С 1 июня 2018 года в России начавшееся постепенное введение маркировки продукции сопровождается негативными последствиями, такими, в частности, как банкротство субъектов МСП. Положительные аспекты системы обязательной маркировки товаров в российской лёгкой промышленности могут на какое-то время и увеличить поступления в бюджет и в какой-то мере защитить крупный бизнес от

контрафакта, однако будут иметь общее депрессивное воздействие на рынок из-за банкротства МСП.

Бизнес МСП легкой промышленности имеет тенденцию к снижению по количеству участников в период с 2017 года до 2023 года. Новые требования по маркировке продукции приведут к тому, что большое количество предприятий малого и среднего бизнеса в сфере легкой промышленности столкнутся с экономическими трудностями, что отразится в итоге на их финансовом положении и перспективах работы на товарных рынках.

4. Криминализация нарушений правил обязательной маркировки товаров в российской лёгкой промышленности сомнительна в контексте широкого понимания принципа законности и должна проверяться в рамках системы конституционного контроля. Перспективы уголовной ответственности предпринимателей за установленные монополией (ЦРПТ) и выполнимые на условиях, продиктованных монополией, требования по маркировке продукции, с высокой вероятностью будут способствовать банкротству, криминальному поведению на рынке и росту теневого сектора в лёгкой промышленности и торговле промтоварами.

5. Главным проблемным аспектом системы «Честный знак» применительно к текстилю стало внедрение цифровой маркировки товаров, которая относится к формальным методам контроля и, начиная с этапа производства, никак не обозначает уровень качества продукции, её состав и правила ухода за вещами, то есть система не учитывает интересы не только производителей и торговцев, но и потребителей швейной индустрии.

Позитивные эффекты от обязательной маркировки товаров могут перекрываться нерациональными процедурными аспектами имплементации системы контроля за соблюдением законодательства в данной области. Отсутствуют однозначные исследования с выводами о снижении контрафакта в результате внедрения системы «Честный знак». Не вполне рациональная

система маркировки текстиля и обуви способна спровоцировать появление и усиление депрессивных трендов на другие области экономики.

Поскольку невозможно оценить исходный объем маркируемых товаров вследствие недостоверности данных о реальных объемах рынка текстиля и кожевенной промышленности, последствия по формированию теневого рынка продукции легкой промышленности в России не поддаются прогнозу.

Одной из основных целей введения обязательной маркировки товаров легкой промышленности было заявлено «повышение качества продукции», но фактические последствия плохо предсказуемы и с высокой степенью вероятностью не будут позитивными для российской экономики при реализации тех подходов к имплементации законодательства, которые актуальны в системе «Честный знак», наклейки Data Matrix на текстильной продукции могут оказать отвлекающий эффект от качества и состава продукции.

6. Цифровая маркировка товаров - технический инструмент, который также не может контролировать соблюдения законодательства о защите интересов правообладателей интеллектуальной собственности, поэтому применительно к лёгкой промышленности эффекта в данном вопросе не ожидается.

Критическое отношение к наклейке Data Matrix определяется тем, что обычным потребителям розничных товаров для проверки маркировки продукции необходимо иметь: смартфон для загрузки приложения «Честный знак», выход в сеть Интернет, и всё равно они ничего значимого для себя о текстиле от «Честного знака» не узнают. Большинство потребителей в России не могут справиться с данной задачей. При этом при возврате по закону¹⁰⁵ ряда товара в течение 14 дней в упаковке, но без маркировки (или поврежденной маркировки), продавец снова должен потратить трудовые и финансовые ресурсы для запроса в системе «Честный знак» новой маркировки и ее печати.

¹⁰⁵ Ст. 25 Закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей»

Критерии возврата товара потребителем продавцу в системе «Честный знак» фактически не обозначены и входят в противоречие с нормами федерального законодательства о защите прав потребителей.

7. Внеплановые дополнительные расходы МСП на организацию деятельности по маркированию товаров связаны с трудовыми издержками для обучения или найма сотрудников, покупкой оборудования и самой цифровой марки, организацией технологического процесса с высокой степенью вероятности нарушают конституционные права предпринимателей (ст. 34 Конституции РФ). Особую группу риска в таких правовых условиях составляют структуры малого и среднего бизнеса в ключевых отраслях лёгкой промышленности (текстильной и кожевенной). При этом МСП в лёгкой промышленности – это 75% - 90% от общего количества предприятий.

Центральным из наиболее вероятных отрицательных последствий внедрения обязательной цифровой системы маркировки текстиля является сжатие рынка за счет ухода участников, которые не соответствуют новым требованиям контроля и роста цен в регионах. С ростом цен на текстиль и возрастающим уровнем инфляции потребительская корзина существенно уменьшается в пользу самой необходимой и низкокачественной продукции. В системе маркировки текстиля цены на товары общего народного потребления увеличиваются по многим причинам: усиление монополизации крупными игроками, переложение издержек на маркировку в цены товаров легкой промышленности. И как следствие всеобщего увеличения цен произойдет сжатие внутреннего спроса на товары легкой промышленности.

Маркировка товаров в лёгкой промышленности требует вложения значительных ресурсов и расходов активов предприятий: финансовых, трудовых, технических. У субъектов хозяйствования возникают критические проблемы с электронным документооборотом при взаимодействии с системой «Честный знак», в которой часто некорректно или часто вообще не отображаются сведения, которые подают субъекты МСП.

В итоге возросшие расходы на цифровое маркирование выявляются на всех этапах производства, логистики и реализации товаров: поставщики, производители, логисты при транспортировке, оптовая торговля через дистрибьютеров, розничная торговля (магазины, селлеры, маркетплейсы), потребитель продукции – все оказываются в проигрыше. Каждый представитель данной цепочки несет не только расходы, а предприниматели потенциально – уголовную ответственность, если маркировка на товаре отсутствует или стерлась. Поскольку утраченную наклейку Data Matrix приходится заново запрашивать, расходуя трудовые, финансовые и технические ресурсы, постольку увеличивается время на проведения торговых операций, склады перегружаются, издержки продавцов растут.

8. Цифровое маркирование товаров легкой промышленности, таким образом, скорее всего не приведет к фактическому росту налоговых доходов для бюджетной системы. Вместе с тем, цифровая система маркировки текстиля в её текущем виде приведет к значительному росту цен. Различные эксперты в сфере легкой промышленности отмечают разные прогнозные данные: в среднем на 10% - 30% увеличится стоимость товаров легкой промышленности (в том числе на весь детский ассортимент, заявленный в 3-волне маркировки, что идёт вразрез с программой демографии России). Кроме того, рост цен может постоянно ускоряться, по мнению экспертов на непродуктивном рынке ввиду маркирования товаров он будет достигать от 3,4% до 3,8% в год. Ввиду увеличения роста цен, как следствие будут расти и налоговые отчисления. Таким образом, ожидаемый прирост налоговых доходов от маркировки связан с ростом цен и станет следствием переложения расходов на маркировку на налогоплательщиков. Такая система маркировки-квазиалога, или система «налог на налог» может стать со временем одним из драйверов инфляции.

Ввиду значительной доли функционирующих на рынке организаций малого и микробизнеса наглядно прослеживается искажение конкурентных

условий в пользу крупного предпринимательства. Системные банкротства малого и микробизнеса отрицательно скажутся на налогооблагаемой базе. Многие эксперты сходятся во мнении, что реформа (цифровая система маркировки текстиля) начинала оборачиваться для малых и средних предприятий непредвиденными дополнительными расходами, в этих условиях предпринимателям необходим, как минимум, адаптационный период.

По результатам опроса предпринимателей озвучены проблемы, связанные с фактическим прекращением производства традиционных меховых изделий для нужд народов Крайнего Севера ввиду большой стоимости администрирования процесса.

9. Критическая проблема возникла у представителей малого бизнеса в связи с появлением новых издержек на приобретение и поддержку в рабочем состоянии устройств контроля маркировки (сканеров) и каналов связи, а в случае продажи нескольких групп товаров, например, для текстильной одежды и меховых изделий необходимы разные устройства и программные средства.

Для малого и среднего бизнеса в легкой промышленности расходы на обязательную маркировку являются существенными, так как маркировка товаров, амортизация оборудования и программы также вносятся в себестоимость товара, повышая ее размер, что делает отечественные товары не конкурентоспособными по сравнению с импортными – дешевыми. Поэтому выйти в лидеры на мировой рынок и стать более конкурентоспособными в мировой экономике из-за повышения затрат на производство и маркировку не представляется возможным, соответственно увеличение потока импортных товаров становится более вероятным.

В текущих экономических условиях предприятия малого и среднего бизнеса не ориентированы на внедрение автоматизированных систем, увеличения заработной платы сотрудникам, наоборот, все свободные из оборота денежные поступления субъекты хозяйствования вынуждены

перенаправить на расходы, связанные с новыми требованиями по маркировке товаров, предписанными государством для реализации продукции легкой промышленности. Поэтому развитие отрасли затрудняется создаётся напряженность на производствах и в системе реализации продукции.

10. Малый бизнес в текстильной промышленности и розничной торговле не обладает достаточными финансовыми ресурсами для осуществления расходов, связанных с маркировкой товаров. В результате доля малого бизнеса в отрасли еще больше будет снижаться, а поставленная в национальном проекте «Малое и среднее предпринимательство» стратегическая цель по увеличению доли малого предпринимательства не будет достигнута¹⁰⁶.

Для формирования новых вводимых изменений к регулированию рынка, необходимо учитывать экономические и правовые факторы, особенности деятельности МСП, поскольку все эти факторы напрямую повлияют на судьбу малого бизнеса в отрасли легкой промышленности.

Импортозамещение возможно только благодаря государственной поддержке МСП в отрасли, способствующей активному развитию легкой промышленности и регионов. Как следствие расширение сферы действия правил без учёта реального экономического состояния взаимосвязанных областей хозяйствования влечёт высокую вероятность банкротств и способствует появлению незаконного предпринимательства на освобождающемся от добросовестных предпринимателей рыночном пространстве.

В актуальной политической и экономической ситуации, когда легкая промышленность обеспечивает критически важные потребности и нужды государства, действия регуляторов рынка следует согласовывать с ассоциациями и союзами, консолидирующих мнение предпринимательского сообщества. Необходима проверка конституционности действий

¹⁰⁶ Результаты исследования подготовлены Центром отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт» Министерства финансов Российской Федерации по заказу Ассоциации производителей фирменных торговых марок «РУСБРЕНД».2020

Правительства России в части установления системы обязательной маркировки товаров за счёт предпринимателей без учёта интересов МСП в легкой промышленности.

Общий вывод: Целесообразен мораторий на действие Правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации для доработки и приведения в соответствие с законодательством системы «Честный знак» и обеспечения защиты прав субъектов МСП в текстильной промышленности. Целью моратория может стать и внедрение более рациональной системы маркирования, не понуждающей МСП к значительным для них вложениям. Нет сомнений в том, что реформированная в течении согласованного с отраслью срока будет способствовать сужению теневого бизнеса и повышению социально-экономических показателей в сфере легкой промышленности.

В существующем виде система Правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации требует реагирования органов государственной власти для защиты прав субъектов малого и среднего предпринимательства. Разработка и принятие мер в этой связи по повышению доверия между бизнесом и государством видится по результатам исследования неотложным и необходимым.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 29.05.2024).
2. Распоряжение Правительства РФ от 26.01.2016 № 85-р «Об утверждении программы поддержки легкой промышленности на 2016 год» (ред. от 10.12.2016).
3. Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации». (ред. от 04.07.2024).
4. Постановление Правительства РФ от 30.05.2018 № 620 «О проведении эксперимента по маркировке средствами идентификации обувных товаров на территории Российской Федерации» (вместе с «Положением о проведении эксперимента по маркировке средствами идентификации обувных товаров на территории Российской Федерации»)
5. Постановление Правительства РФ от 22 июня 2019 г. № 790 «О проведении на территории Российской Федерации эксперимента по маркировке средствами идентификации отдельных позиций продукции легкой промышленности» (вместе с «Положением о проведении на территории Российской Федерации эксперимента по маркировке средствами идентификации отдельных позиций продукции легкой промышленности»)
6. Постановление Правительства РФ от 31.12.2019 №1956 «Об утверждении правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении товаров легкой промышленности».

7. Постановление Правительства РФ от 13.11.2023 № 1899 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. № 1956» (ред. от 29.06.2024).

8. Постановление Правительства РФ от 21.11.2023 № 1944 «Об утверждении перечня случаев, при которых продажа товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, запрещена на основании информации, содержащейся в государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, или отсутствия в указанной государственной информационной системе необходимой информации о таких товарах, и особенностей внедрения указанного запрета в отношении отдельных товаров, а также Правил применения запрета продажи товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, на основании информации, содержащейся в государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, или отсутствия в указанной государственной информационной системе необходимой информации, в том числе правил получения информации из указанной государственной информационной системы»

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.06.2024 № 883 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации»

10. Бизнес просит приостановить обязательную маркировку. Услышат? /Бухгалтерия.ру. URL: <https://www.buhgalteria.ru/article/biznes-prosit-priostanovit-obyazatelnyuyu-markirovku-uslyshat> (дата обращения: 01.11.2024)

11. В 2022 году больше всего МСП-предприятий текстильной промышленности открылось в сфере спортивной, детской одежды и аксессуаров/ Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства. URL:

https://corpmsp.ru/pres_slujba/news/v_2022_godu_bolshe_vsego_msp_predpriyatiy_tekstilnoy_promyshlennosti_otkrylos_v_sfere_sportivnoy_det/ (дата обращения: 11.11.2024)

12. Влияние тотального цифрового маркирования на российский рынок товаров народного потребления. Центр отраслевой экономики ФГБУ «Научно-исследовательский финансовый институт» Министерства финансов Российской Федерации по заказу Ассоциации производителей фирменных торговых марок «РУСБРЕНД». 2020 г. 21с. URL: www.nifi.ru. (дата обращения: 02.11.2024)

13. В России собственное производство малых и средних компаний выросло почти на 30% / ИзвестияIZ URL: <https://iz.ru/1661665/2024-03-07/v-rossii-sobstvennoe-proizvodstvo-malykh-i-srednikh-kompanii-vyroslo-pochti-na-30> (дата обращения: 11.11.2024)

14. В легкой промышленности РФ зафиксирован наибольший рост количества предприятий МСП в сегментах детской и спортивной одежды / Центр Развития предпринимательства Московской области. URL: <https://mspmo.ru/news/v-legkoy-promyshlennosti-rf-zafiksirovan-naibolshiy-rost-kolichestva-predpriyatiy-msp-v-segmentakh-d/> (дата обращения: 27.10.2024)

15. Вызов для легпрома: сможет ли отрасль обеспечить потребности рынка / Профиль.URL: <https://profile.ru/lifestyle/vyzov-dlya-legproma-smozhet-li-otrasl-obespechit-potrebnosti-rynka-1340885/> (дата обращения: 22.10.2024).

16. В Совфеде обсудили сырьевую независимость российского легпрома). Легпром ревью.URL: <https://legprom.review/v-sovfede-obsudili-syrevuyu-nezavisimost-rossiyskogo-legproma/> (дата обращения: 16.11.2024)

17. В сфере легкой промышленности действуют 1400 предприятий / Российские экспортеры. Единый информационный портал. URL: <https://www.rusexporter.ru/news/detail/35727/> (дата обращения: 27.10.2024)

18. Гельвановский М.И., Колпакова И.А., Лев М.Ю., Биляк С.А. Государственная ценовая политика как фактор экономической безопасности в

системе мер по стимулированию экономического роста // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2015. № 6. с. 91-98.

19. Грузинова В.Ю, Мурашкина А.А., Анализ современного состояния рынка легкой промышленности в России // Международный научный журнал «ВЕСТНИК НАУКИ». 2024. № 8 (77). Том 1. С.14-30.

20. Дорофеева А.М. Текстильная и легкая промышленность как сферы государственного регулирования // Будущее науки — 2020, 2020 г.

21. Инфографики. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru/infografika-2/> (дата обращения: 07.10.2024)

22. Итоги развития легкой промышленности России в 2015-2019 гг. перспективы отрасли в 2020-2025 гг./ Инновационный центр текстильной и легкой промышленности. 2020. 17 с.

23. Исследования рынка легкой промышленности и моды Красноярского края». Сетевые исследования «Сила сети». Сибирский институт креативных технологий, 2023. 53 с.

24. Как российская легкая промышленность ищет новые точки роста /РКБ отрасли. URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/651fbbc19a7947008ce7ba05> (дата обращения: 16.11.2024)

25. Карта легкой промышленности. Легпром России. URL: <https://www.ruslegprom.ru>

26. Кондрушенко К.М. Стационарная и нестационарная розничная торговля - за и против / К.М. Кондрушенко, Н.В. Манова // Приднепровский научный вестник. 2017. Т. 12. № -1. С.44-49.

27. Крупнейшие производители продукции легкой промышленности, 2022. URL: Легпром России. <https://www.ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2022/10/snimok-ekrana-2022-10-05-v-18.07.09.jpg> (дата обращения: 14.11.2024)

28. Куренков В.А., Генералова А.В., Соколов Л.А. Защита рынка продукции легкой промышленности как условие развития отрасли // Экономическая безопасность. – 2024. – Том 7. – № 4. – С. 985-998.

29. Кусков А.Н., Саргсян Ж.А. Легкая промышленность как важнейшая отрасль производства товаров народного потребления // International Journal of Humanities and Natural Sciences, 2022. № 12-5 (75). С. 174-178.

30. Легкая промышленность: от проблем к возможностям. Strategy Partners. URL: <https://strategy.ru/research/expert/109> (дата обращения: 16.11.2024)

31. Литвинова А. Состоялся III круглый стол «Fashion индустрия и Россия в ближайшие годы».URL: <https://fashionnet.ru/news/sostoyalsya-iii-kruglyj-stol-fashion-industriya-i-rossiya-vblizhajshie-gody> (дата обращения: 16.11.2024)

32. Малый и средний бизнес в новых условиях: проблемы и меры, необходимые для развития. Институт комплексных стратегических исследований. 2024. URL: [https://icss.ru/images/macro/20240205_%D0%98%D0%9A%D0%A1%D0%98%20%D0%9C%D0%A1%D0%9F%20\(6\).pdf](https://icss.ru/images/macro/20240205_%D0%98%D0%9A%D0%A1%D0%98%20%D0%9C%D0%A1%D0%9F%20(6).pdf). (дата обращения: 15.11.2024)

33. Маркировка на пространстве ЕАЭС: проблемы и риски / Retail.ru. URL: <https://www.retail.ru/articles/markirovka-na-prostranstve-eaes-problemy-i-riski/?ysclid=m3ohwsrerg372066034> (дата обращения: 10.10.2024)

34. Мельникова А. В. Импортзамещение в индустрии моды в России. // Экономика, предпринимательство и право. 2023. № 13(4). С. 1211–1220.

35. Национальная система маркировки Честный знак. Честный знак.пф. URL: <https://xn--80ajghhoc2aj1c8b.xn--p1ai/o-chestnom-znake/nacionalnaya-sistema-markirovki/> (дата обращения: 27.09.2024).

36. Обязательная маркировка одежды и текстиля в 2024 году / Сбис. URL: https://sbis.ru/articles/marking/clothes_2024 (дата обращения: 16.11.2024)

37. Развитие легкой промышленности России в 2016–2021 гг./ Легпром России. [https:// ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2021/12/razvitie-legkoj-promyshlennosti-rossii-v 2016– 2021 gg.jpg](https://ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2021/12/razvitie-legkoj-promyshlennosti-rossii-v-2016-2021-gg.jpg) (дата обращения: 18.10.2024)
38. Среднесписочная численность швей, 2022. Легпром России. URL:[https://www.ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2022/11/snimok-ekrana-2022–11–08-v-05.22.42.jpg](https://www.ruslegprom.ru/wp-content/uploads/2022/11/snimok-ekrana-2022-11-08-v-05.22.42.jpg) (дата обращения: 14.11.2024)
39. Сутягин В. С. Легкая промышленность и производство товаров длительного пользования. Большая российская энциклопедия 2004–2017. 2004. URL: <https://old.bigenc.ru/text/5046357> (дата обращения: 07.10.2024)
40. Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России: докл. к XV Апр. междунар.науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 1–4 апр. 2014 г. / В. В. Радаев (рук. исслед. кол.), В. Н. Данилина, З. В. Котельникова, Е. А. Назарбаева ; Нац.исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014 — 333с.
41. Тенденции развития моды в России. Научный Лидер. URL: <https://scilead.ru/article/5038-tendentsii-razvitiya-modi-v-rossii> (дата обращения: 16.11.2024).
42. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics>.
43. Федеральная налоговая служба. Официальный сайт. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn78/related_activities/statistics_and_analytics/forms/
44. Ялунер Е. В. Российская индустрия моды: Проблемы и перспективы. // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. № 2. 2019. С. 16-19.
45. Koszewska, M. Social and Eco-labelling of Textile and Clothing Goods as Means of Communication and Product Differentiation // Fibres and Textiles in Eastern Europe 2011. № 19. P. 20-26.