



Российская система прослеживания алкоголя наращивает мощности

Российская система прослеживания алкогольной продукции претерпела значительные обновления и расширения с момента ее введения в 2006 году, включая обновления акцизных марок, используемых как носители данных системы.

Система называется ЕГАИС (Единая государственная автоматизированная информационная система), и ее миссия состоит в том, чтобы отслеживать объемы производства и оборота всех алкогольных продуктов, включая пиво, продаваемых на российском рынке, а также хранить подробные данные и информацию о производстве и движении этилового спирта и спиртосодержащих продуктов.

ЕГАИС является одним из первых в мире примеров настоящей системы прослеживания алкоголя (на самом деле, сложно представить, какие существуют другие системы, подобные ЕГАИС). Она разработана государственным разработчиком Центр-Информ, который специализируется на цифровых и криптографических технологиях и безопасных государственных коммуникациях (и который предоставил Tax Stamp News™ информацию для этой статьи).

Несмотря на то, что ЕГАИС изначально была разработана для производственного и оптового секторов, в 2016 году ЕГАИС расширила сферу своей деятельности на дистрибуцию и розничную торговлю, что означало, что с этого момента продукты можно отслеживать вплоть до их продажи потребителю.

Сегодня в системе ЕГАИС участвуют более 30 000 организаций и отдельных операторов. В них входят 400 производственных площадок, более 1800 дистрибьюторов и более 225 000 розничных организаций. И более 4500 налоговых служащих и другого уполномоченного персонала в настоящее время получают и обрабатывают информацию из системы ЕГАИС.

Организации, участвующие в системе (которые, по сути, включают в себя всех совместимых алкогольных операторов в стране - поскольку любая организация, имеющая дело за пределами системы, будет считаться незаконной), должны получить электронное подтверждение от ЕГАИС о производстве, отгрузке и продаже каждого отдельного продукта, с которым они имеют дело. В эти организации также входят иностранные производители (и импортеры), которые в равной степени обязаны использовать акцизные марки с уникальными идентификаторами ЕГАИС для маркировки алкогольной продукции, ввозимой в Российскую Федерацию.

Отслеживание на уровне розничной торговли

Чтобы выполнить свои обязательства по отслеживанию, розничные продавцы оснащены специальным программным обеспечением, установленным на кассовых терминалах (POS), и компьютерами для регистрации каждого продукта, полученного от производителей, дистрибьюторов или импортеров. Затем зарегистрированные данные сравниваются с

соответствующими данными производителя, импортера и дистрибьютора для выявления любых расхождений.

Система также обязывает продавца сканировать каждый отдельный штрих-код ЕГАИС на акцизной марке продуктов, продаваемых конечному потребителю (фактически, обычный линейный штрих-код на этикетке продукта при сканировании автоматически распознает продукт как алкоголь и не разрешит получение чека о покупке до тех пор, пока код ЕГАИС также не будет отсканирован). Сканирование кода ЕГАИС выполняется с помощью 2D-сканера, подключенного к кассе.

Как только код ЕГАИС считан и подтвержден, генерируется окончательный чек, данные о покупке регистрируются в системе и отправляются в центральную базу данных. Однако, если код не подтвержден или обнаружены расхождения в данных, продавец не сможет продать продукт.

Сам чек о покупке содержит еще один код - на этот раз QR-код, который клиенты могут сканировать с помощью своих мобильных телефонов, чтобы проверить подлинность покупки.

Программное обеспечение для отслеживания защищено цифровыми подписями и не имеет графического интерфейса (учитывая, что его функция - только обмен данными). Программное обеспечение предоставляется розничным продавцам бесплатно вместе с автоматическими обновлениями.

В 2016 году системой было сгенерировано 9 миллиардов электронных документов, большинство из которых были представлены в форме электронных чеков (которые представляют собой документы, созданные на момент продажи и содержащие ту же информацию, что и квитанция о покупке), с 700 000 розничных POS-терминалов. Фактически, 98% всех розничных продаж проверяются на POS-терминалах.

Мобильное приложение

Теперь клиенты имеют доступ к мобильному приложению под названием Анти-Контрафакт Алко, которое предоставляет им необходимую информацию о происхождении и подлинности алкогольных напитков, а также такую информацию, как места, где можно приобрести легальную алкогольную продукцию. По состоянию на конец 2018 года более 1,3 миллиона пользователей мобильного приложения были зарегистрированы на портале ЕГАИС.

Клиент также может подать жалобу о конкретном поставщике или качестве конкретного продукта. В 2017 году было получено 2000 жалоб, 300 из которых были подтверждены и обработаны.

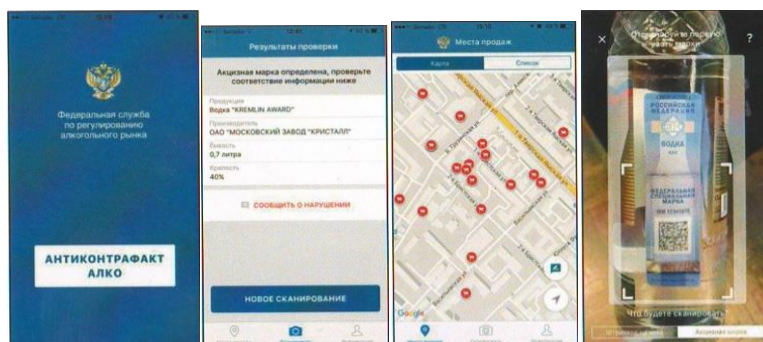
Также в 2017 году было обнаружено 23 миллиона единиц контрафактных алкогольных напитков, которые не смогли быть проданы в торговых точках, по сравнению с более чем 20 миллионами единиц в 2018 году.

Новые акцизные марки

В 2018 году учет каждой единицы алкогольной продукции был введен вместе с новыми «специальными федеральными» (FSM) марками для отечественной продукции и так называемыми «АМ» акцизными марками для импорта.

До 2018 года ЕГАИС отслеживала каждую отдельную бутылку только в момент производства и в момент продажи потребителю, причем оптовые продавцы передавали в систему только данные партийного учета. Однако с 2018 года ЕГАИС предоставляет данные о каждой бутылке алкоголя в каждой точке цепочки поставок.

В 2018 году было выпущено в общей сложности 39 новых марок ФСМ и 18 АМ, в том числе для водки и различных категорий спиртных напитков, вина и коньяка (пивные продукты не имеют акцизных марок, а производители пива вместо этого передают информацию в ЕГАИС через автоматические приборы измерения и учета). Разнообразие акцизных марок оправдано различными акцизными ставками на разные виды алкоголя, а также широким ассортиментом упаковочной тары для разных продуктов.



Мобильное приложение

Акцизные марки поставляются Гознаком. Они напечатаны на самоклеющейся бумаге и включают защитную нить (что редко встречается в акцизных марках), а также голографическую полосу. Бумага имеет вырез, чтобы предотвратить ее повторное использование.



Новые ФСМ марки для водки: 90 x 36 мм для бутылок 0,5 л и 63 x 21 мм для бутылок 0,1 л.

Марки печатаются с пространством, зарезервированным для Data Matrix штрих-кода, содержащего уникальный идентификатор (или идентификатор ЕГАИС, как он называется).

Идентификатор ЕГАИС более подробно

Идентификатор ЕГАИС включает уникальную комбинацию из 150 букв и цифр, которые включают в себя тип акцизной марки (три символа), серию акцизной марки (три символа), номер акцизной марки (восемь символов), внутреннюю служебную информацию, связанную с системой ЕГАИС (семь символов), контрольную сумму и электронная подпись (129 символов).

Идентификатор генерируется Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка, исполнительным органом Министерства финансов России, ответственным за разработку и реализацию государственной политики и правового регулирования в отношении алкогольной продукции.

Сгенерированный код затем передается в Гознак, который печатает код на акцизных марках, готовых к отправке производителям.

Впоследствии марки наносятся на каждый отдельный товар автоматическими аппликаторами, установленными на линиях розлива напитков, а идентификатор на марке сканируется и связывается с соответствующей бутылкой с помощью специального программного обеспечения.

Новый Data Matrix штрих-код, содержащий идентификатор ЕГАИС, значительно отличается от кода (или, скорее, кодов), использованного на предыдущих акцизных марках. Прежде всего, это один код по сравнению с двумя кодами, использованными ранее. Изображения на этой странице показывают, как выглядели эти старые коды по сравнению с новыми, занимавшими более 50% поверхности марок. Они включали Data Matrix, который на самом деле не был частью системы ЕГАИС и содержал только данные, относящиеся к самой акцизной марке. Этот код печатался на марках в момент их производства и до того, как они достигли производителя.

Код ЕГАИС, с другой стороны, имел форму очень длинного кода PDF417, который был напечатан на марке производителем в процессе производства. Этот код содержал много отслеживаемой информации, известной только во время производства продуктов, поэтому его

нельзя было печатать одновременно с марками. Код PDF417 также содержал ту же информацию о акцизной марке, что и Data Matrix.



Бутылка водки с новой акцизной маркой ФСМ, по сравнению с предыдущей маркой с двумя штрих-кодами

Что касается новых акцизных марок, два предыдущих кода были объединены в единый Data Matrix, который занимает гораздо меньше места на марках. Кроме того, код, благодаря тому, что он печатается и наносится централизованно на защищенном производстве - в противовес того, когда каждый производитель печатал коды сам, - лучше защищен от механических повреждений, что обеспечивает лучшую читаемость, чем код PDF417.

Однако информация, фактически содержащаяся в новом коде, относится только к данным акцизной марки - учитывая, что код генерируется и печатается до того, как он может быть связан с конкретной бутылкой. Производственные данные для прослеживания впоследствии создаются в базе данных ЕГАИС и связываются с идентификатором в процессе производства.

Ручная и автоматическая агрегация

Затем следует процесс агрегации упаковки (который является явной необходимостью для обеспечения бесперебойной и экономящей время системы прослеживания), который может выполняться вручную или автоматически.

Ручное агрегирование выполняется персоналом, использующим сканеры штрих-кодов, и включает использование термотрансферных принтеров, управляемых специальным программным обеспечением, для изготовления этикеток для групповой упаковки.

При автоматической агрегации на колпачки бутылок наносятся специальные наклейки, содержащие Data Matrix код с идентификатором ЕГАИС (в дополнение к акцизным маркам). Эти наклейки позже сканируются и связываются с идентификатором ЕГАИС на марке. В процессе агрегации и создании групповой упаковки коды Data Matrix на крышках бутылок считываются автоматическими сканерами и используются для печати групповых этикеток.

Впечатляющие результаты

С тех пор как ЕГАИС расширила свою сферу охвата как с точки зрения рынков (т. е. путем включения пивной продукции), так и с точки зрения операторов цепочки поставок (т. е. путем расширения до дистрибуции и розничной торговли), система ЕГАИС дала впечатляющие результаты в отношении увеличения акцизных доходов.

Например, в 2016/17 году расширение привело к увеличению акцизного сбора на 148 млрд руб. (2,15 млрд долл. США) по сравнению с предыдущим годом. Более подробная информация об этих результатах показана в таблице ниже.

	<i>Поступления акцизов, млрд. руб.</i>					
	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>Дополнительно получено в 2016 к 2015</i>	<i>2017</i>	<i>Дополнительно получено в 2017 к 2015</i>	<i>Дополнительно получено в 2016-2017 к 2015</i>
<i>Алкогольная продукция (всего)</i>	<i>271,2</i>	<i>327,6</i>	<i>56,4</i>	<i>363</i>	<i>91,8</i>	<i>148,2</i>

<i>В том числе:</i>						
<i>Крепкая алкогольная продукция (свыше 9%)</i>	<i>128,4</i>	<i>164,7</i>	<i>36,3</i>	<i>193</i>	<i>64,6</i>	<i>100,9</i>
<i>Винодельческая продукция</i>	<i>8,9</i>	<i>10,2</i>	<i>1,3</i>	<i>15,6</i>	<i>6,7</i>	<i>8</i>
<i>Пиво и пивные напитки</i>	<i>130,2</i>	<i>148,3</i>	<i>18,1</i>	<i>150,2</i>	<i>20</i>	<i>38,1</i>