

Алексей ОВЧИННИКОВ

■ В России вводят маркировку продукции. «СВ» посчитало, как это отразится на местных и белорусских производителях и насколько сильно ударит по покупателям.

Коронавирус вытеснил из информационной повестки многие злободневные вопросы и проблемы. А между тем в России продолжается эксперимент по введению системы обязательной маркировки молочной продукции. Запустить ее планируют с 20 января 2021 года, однако уже сейчас вокруг новшества ведутся бурные дискуссии. Аграрии считают, что, если система заработает, это создаст дополнительные проблемы для молочников России и Беларуси и отразится на карманах рядовых потребителей.

ЗАЩИТА ОТ ПОДДЕЛОК ОБОЙДЕТСЯ В МИЛЛИАРДЫ

Анонсированные цели «цифровизации молока» на первый взгляд достаточно понятны: специальный QR-код будет нанесен на каждую единицу продукции, будь то упаковка масла или бутылка кефира, и покупатель сможет отследить весь путь продукта от фермы до магазина. Таким образом, товар будет защищен от подделок.

Однако новшество уже вызвало жаркие споры среди производителей. Еще бы! Предполагается, что для этого молочникам необходимо



НЕВЕСЕЛЫЙ МОЛОЧНИК

приобрести некое оборудование, которое будет наносить эти коды на упаковки. Разумеется, за свой счет. Ряд цифр был озвучен на январском совещании Минсельхоза РФ, затраты действительно впечатляют. Так, например, **Евгений Гребнев, гендиректор известного своими плавлеными сырками предприятия «Карат»**, заявил, что только доукомплектация каждой из четырнадцати линий обойдется в 120 тысяч евро. Молзавод «Пискаревский» (Санкт-Петербург) оценил расходы в 400 миллионов рублей. «Тульский молкомбинат» - в 6,5 миллиона рублей на каждую из двенадцати линий.

Мало того, в ряде случаев

выяснилось - при экспериментальном нанесении кодов на алюминиевую и пластиковую упаковку та повреждается, создавая риск попадания краски в продукт.

ФЕРМЕРЫ ТОЖЕ ПРОТИВ

Дружно высказывались на эту тему и российские фермеры, занимающиеся переработкой молока.

- В текущем виде работать с системой фермерам будет крайне сложно из-за отсутствия электронной подписи, электронного документооборота, опыта работы с системой. На многих фермах сотовой связи даже нет, не то что интернета. Отсутствие простых и понятных сервисов.

Сейчас еще непонятно даже, какое оборудование ставить, - рассказал «СВ» глава Союза сыроваров России **Олег Сирина**. - Многие фермеры не видят смысла работы в системе еще и потому, что она решает проблему контрафакта. Это когда на банку чужого йогурта наклеили, например, нашу этикетку. У нас же главная проблема не контрафакт, а фальсификат, когда нечестные производители пихают в молоко и сыры пальмовое масло.

Опять же, а как маркировать единицу товара на рынке, когда вам по вашей просьбе отрежут кусочек того же сыра или нальют молоко из фляги? И если гиганты молочной промышленности еще могут позволить себе дорогостоящее оборудование, то для фермеров эти затраты - непосильная ноша. Кроме того, каждому из них придется нанять дополнительных сотрудников, которые будут обслуживать эту систему.

ЦЕНЫ ВЫРАСТУТ

Но и это еще не все. Каждый такой код будет стоить производителю 60 копеек. И за все это (вместе с оборудованием, дополнительными сотрудниками, обслуживанием), как подсчитали в Национальном союзе производителей молока, переработчики только в первый год выложат более 61,3 миллиарда рублей. А каждый последующий - не менее 35,2 миллиарда, примерно столько составляет вся годовая прибыль молочников. И естественно, что эти траты они постараются переложить на рядовых потребителей.

Участники рынка полагают, что себестоимость «молочки» может минимум вырасти на пять процентов. Но как бы ни хотели предприятия переложить эти расходы на покупателей, в условиях падения доходов населения это вряд ли возможно. Очевидно, такие траты молочников окажут давление на цены и приведут к уходу с рынка части предприятий.

Про существенное подорожание продукции производители говорили и на специальном совещании, которое прошло в январе в Минсельхозе РФ.

- По предварительной оценке, расходы на логистику увеличатся в 2,5 раза, что приведет к росту стоимости продукции на десять процентов, - озвучили представители молзавода «Пискаревский».

- Типография, способная наносить код на пачку масла в фольге, оценила увеличение стоимости услуг на упаковку в один рубль, - рассказали спецы компании «Молочные продукты Русагро».

- Удорожание продукции составит 5 - 7 процентов, - подсчитали на «Тульском молкомбинате».

- Я тоже прикидывал, - добавляет фермер **Валерий Ройгас**. - «Оцифровка» увеличит стоимость литровой бутылки моего молока с нынешних 65 до 72 - 73 рублей. - И все это на фоне снижения потребительского спроса и падения зарплат у народа.

РЕЗУЛЬТАТ

- Покупателю важно, чтобы молоко было вкусным и по цене не кусалось.



Евгения ГУСЕВА/kpmedia.ru

СЯБРЫ ОТ НОУ-ХАУ ЯВНО НЕ В ВОСТОРГЕ

А что же произойдет на фоне всей этой истории с полюбившимися россиянам сырами-творогами белорусского производства? Цифровые правила-то написаны для всех, кто реализует свой товар на территории России.

- Белорусы в этой истории тоже будут достаточно пострадавшей стороной. Потому что они поставляют в Россию довольно большое количество молочных продуктов, около шести миллионов тонн в молочном эквиваленте, - прокомментировал «СВ» **гендиректор Национального союза производителей молока (Союзмолоко) Артем Белов**. - Если маркировку

все-таки введут, им тоже придется наносить коды при намерении продолжать поставку молочки в Россию. Так что наши белорусские братья также явно не в восторге от этой инициативы. Решение о запуске системы будет приниматься по итогам эксперимента, который закончится в декабре. Наша позиция остается неизменной: мы считаем, что введение маркировки нецелесообразно. Это очень дорогая история, которая больно ударит по карману потребителя, не дав ему при этом никакой дополнительной информации, которую он и так может прочитать на упаковке.

ПРИМЕР

Коров отправят на мясокомбинат?

Как это будет выглядеть на практике, поведал подмосковный фермер **Валерий Ройгас**, который участвует в цифровом эксперименте:

- Смотрите: я производю двадцать видов молочной продукции, на каждый из которых, получается, нужно заказать двадцать разных этикеток, - говорит он. - Считаю дальше: нужен будет специальный работник, чтобы он наносил коды. Там еще нюанс: необходимо вносить данные в систему, значит, нанимаем еще одного сотрудника. И конкретный магазин указывать, в который поедет мое молоко, сыр или творог - представляете, сколько ненужных хлопот? Таким образом, мне придется дополнительно искать в месяц сто тысяч рублей, чтобы платить зарплаты двум, по сути, лишним людям. Ради чего?

Как и многие фермеры-молочники, Ройгас всерьез задумывается о невеселых перспективах введения «оцифровки» молока. Понятно, что сильнее всего это ударит как раз по небольшим формам хозяйствования. Заниматься этим будет просто невыгодно, и тогда у владельцев малого бизнеса в сельском хозяйстве останется всего два выхода. Оба грустных.

Первый. Отказаться от производства молока, отправив буренок на мясокомбинат, закрыв переработку и переключившись на другие виды сельскохозяйственной деятельности.

Второй. Официально ликвидировать предприятие как юрлицо и перевести его в разряд личного подсобного хозяйства: на них маркировка не распространяется. Тогда и налогов не будет - по закону владельцы ЛПХ их не платят. Но и работников придется уволить - не допускается использование наемного труда.

А между прочим, именно фермерские хозяйства в последние годы наиболее активно развивали молочное животноводство, увеличивая стада и привнося в общую копилку около 2,5 миллиона тонн молока в год.

ЭКСПЕРИМЕНТ