

МАРКИРОВКА ЧЕСТНЫЙ ЗНАК

ПОЛНОЕ РУКОВОДСТВО ДЛЯ БИЗНЕСА



ГОТОВЫЕ
СЦЕНАРИИ
ВНЕДРЕНИЯ

РАСЧЁТ
БЮДЖЕТА И
ПРИМЕРЫ
ЭКОНОМИИ

ТИПОВЫЕ
ОШИБКИ И КАК
ИХ ИЗБЕЖАТЬ

РЕАЛЬНЫЕ
КЕЙСЫ И
ЦИФРЫ



МАРКИРОВКА ЧЕСТНЫЙ ЗНАК

РУКОВОДСТВО ДЛЯ БИЗНЕСА

✓ Без риска штрафов ✓ Экономия времени ✓ Маркировка под ключ

www.tablogix.ru +7 (495) 232-10-20



Маркировка средствами идентификации в системе «Честный знак» стала обязательной для всё большего числа товарных категорий. Ниже — подробная «дорожная карта» для компаний любого масштаба: от первых шагов до расчёта инвестиций, обзора рыночных сервисов и типичных ошибок.

Российская система «**Честный Знак**» устанавливает поэкземплярный учёт продукции с помощью кода **DATA MATRIX**. Бизнесу нужно пройти регистрацию, наладить обмен данными через ЭДО, подготовить оборудование и ПО — или делегировать эти процессы интеграторам. Стоимость внедрения начинается от 20 000 руб. для микропредприятия и растёт до 40 млн. руб. и выше для капиталоемких производств. Наибольшие затраты обусловлены печатными линиями, 2D-сканерами, лицензиями ПО и платой за коды.

СХЕМА ПРОЦЕССА МАРКИРОВКИ «ЧЕСТНЫЙ ЗНАК»



Шаг 1. Юридическая IT подготовка

1.1. Получить УКЭП

Получить УКЭП (усиленная квалифицированная электронная подпись) на руководителя (1,700–6,490 руб. в зависимости от **УЦ** (удостоверяющий центр, специализированная аккредитованная организация или подразделение Федеральной налоговой службы)).



УКЭП

это электронный аналог собственноручной подписи, обладает самой высокой степенью защиты и признаётся равнозначной бумажной подписи на документах для всех юридически значимых операций.

Получить УКЭП (усиленную квалифицированную электронную подпись) для руководителя организации можно только в удостоверяющем центре Федеральной налоговой службы (ФНС) или у её доверенного представителя. Для юридических лиц и ИП законодательство требует личного присутствия руководителя — получение по доверенности не допускается, даже если подпись понадобится исключительно для работы в электронных системах.

Заявление на выпуск УКЭП можно оформить онлайн (через личный кабинет на сайте ФНС или на портале Госуслуг), однако сама процедура выдачи завершается исключительно при личном визите руководителя в выбранное отделение ФНС. Там потребуется предъявить паспорт, СНИЛС и сертифицированный токен (устройство для хранения ключа подписи). Только после личной идентификации сотрудники ФНС готовы выдать сертификат УКЭП на носитель

Рутокен или иной защищённый USB-носитель с сертификатом ФСТЭК (выдается и программируется при оформлении подписи). Среднее время получения — 15–20 минут.

1.2. Заключение договора с оператором ЭДО

Заключить договор с оператором ЭДО (от 1,500 руб. за 200 документов, до 1.2 млн руб. за 600,000 документов в год).



Оператор ЭДО (электронного документооборота)

это аккредитованная компания (юридическое лицо), которая обеспечивает обмен юридически значимыми электронными документами между участниками рынка: поставщиками, покупателями, логистами и гос. системами («Честный знак», ФНС, ФСС и др.). Примеры операторов — Диадок, СБИС (Тензор), Контур и др.

Оператор обеспечивает защищённую передачу данных, их архивирование и подтверждение юридической силы (электронная подпись), интеграцию с учётными системами (1С, SAP и др.), автоматическую доставку и уведомления получателям.

1.3. Активировать модуль «Маркировка»

Модуль (или сервис) «Маркировка» — это расширение базовой услуги ЭДО, предназначенное специально для автоматизации всех процедур с маркированными товарами:

- передача кодов маркировки в электронных документах (например, в УПД),
- автоматическая сверка и отслеживание ВСЕХ этапов движения маркированных товаров в соответствии с требованиями «Честного знака» (получение, перемещение, продажа, возврат, списание),
- поддержка актуальных форматов документов и интеграция с системой ГИС МТ (Государственной информационной системе мониторинга товаров).

“

«Без этого модуля невозможно корректно формировать и подписывать документы на товары, подлежащие обязательной маркировке — вы попросту не сможете выполнить требования закона и работать с такими товарами.»

”

— Анна Щукина, Руководитель отдела управления проектами и бизнес анализа

Зачем оплачивать ЭДО и модуль «Маркировка»?

Весь трафик по обмену электронными документами идёт через платного оператора, который обеспечивает сервис, хранение, юридическую защиту документов и техподдержку. Бесплатно доступны только базовые или тестовые решения для микробизнеса — полноценная работа требует тарифа.

Тарифы формируются по количеству документов в год и наличию дополнительных функций. Примерная вилка цен:

— от 1,500 руб. за небольшой объём (до 200 исходящих документов в год)

— до 1,200,000 руб. за корпоративные тарифы на сотни тысяч документов и интеграции.

Модуль «Маркировка» включается отдельно: его стоимость часто заложена в тариф, но иногда требуется доплата, если нужны расширенные функции под маркировочные процессы (например, массовая загрузка кодов, работа с агрегацией и т.п.).

Как это работает на практике?

После заключения договора с оператором ЭДО бизнес получает доступ в свой личный кабинет и подключает модуль «Маркировка» (через веб, API или интеграцию с учётной системой).

Все входящие и исходящие УПД, накладные, возвраты, списания по маркированным товарам проходят только через этого оператора и по требуемым форматам. Оператор фиксирует

юридическую значимость документа, обеспечивает его неподдельность и автоматическую подгрузку кодов маркировки для передачи в ГИС МТ (Государственной информационной системе мониторинга товаров) и контрагентам.

1.4. Зарегистрироваться в ГИС МТ

Зарегистрироваться в ГИС МТ (Государственной информационной системе мониторинга товаров) на markirovka.crpt.ru создав профиль и подписав договор с ЦРПТ (Центр развития перспективных технологий).



ГИС МТ (Государственная информационная система мониторинга товаров)

это централизованная государственная платформа, созданная оператором ЦРПТ для отслеживания и контроля оборота маркированных товаров в России. Система обеспечивает прослеживаемость продукции от производства до конечного потребителя, фиксирует все ключевые операции с маркированными товарами: ввод в оборот, перемещение, продажу, возврат и списание.

Регистрация в ГИС МТ необходима всем участникам оборота товаров, подлежащих обязательной маркировке, чтобы легально работать на рынке и обмениваться электронными документами с полным контролем и прозрачностью. Процесс регистрации происходит через официальный портал markirovka.crpt.ru где организация создает профиль и подписывает договор с оператором ЦРПТ (Центр развития перспективных технологий).

Регистрация в системе и создание профиля — бесплатны. Оплата требуется только за использование сервисов, связанных с заказом кодов маркировки и интеграцией с системой, но сами регистрационные процедуры не облагаются платой.

Шаг 2. Работа с каталогом товаров

2.1. Завести карточки в Национальном каталоге

Завести карточки в Национальном каталоге, получить или подтвердить GTIN (глобальный уникальный идентификатор каждой товарной позиции).



Национальный каталог

это цифровая база, в которой создаются и хранятся карточки всех товаров, подлежащих маркировке в системе «Честный знак». Карточка товара — это структурированная запись, включающая информацию о товаре: наименование, состав, характеристики, производителя, вес, размеры, разрешительную документацию и другие обязательные сведения.



GTIN (Global Trade Item Number)

глобальный уникальный идентификатор каждой товарной позиции. Это международный цифровой код (штрихкод: 8, 12, 13 или 14 знаков), который присваивается организации GS1 и однозначно идентифицирует товар во всех странах и системах торговли.

Если товар уже имеет GTIN, его нужно подтвердить при создании карточки, чтобы избежать дубликатов. Если GTIN ещё не получен, он будет автоматически присвоен в процессе создания карточки через Национальный каталог либо предоставляется самостоятельно из системы GS1. GTIN обязателен для каждой уникальной товарной единицы. При изменении состава, упаковки или важных характеристик присваивается новый GTIN. Создавая карточку товара в Национальном каталоге — система запросит наличие GTIN.

Вы можете ввести уже существующий код (если он был получен через GS1 ранее) или запросить автоматическое присваивание нового GTIN при заполнении карточки

2.2. Описать остатки

Описать остатки (упрощённо, либо полноатрибутно) — зависит от отрасли.

Описать остатки — это значит зарегистрировать в системе «Честный знак» товары, которые уже есть у бизнеса в наличии на складах или в торговых точках (так называемые товарные остатки) на момент введения обязательной маркировки. Это необходимо для того, чтобы предприниматель мог легально продолжить продажу своей непромаркированной продукции после начала обязательной маркировки данной товарной группы. В зависимости от отрасли и категории товара, законодательство позволяет два варианта описания остатков:

- Упрощённое описание (минимум информации)

Используется в режиме переходного периода или по решению регулятора для определённых видов товаров.

- Полноатрибутное описание.

Полный набор характеристик для карточки товара в Национальном каталоге: GTIN; бренд; состав; назначение; страна производства; размер; вес; упаковка; цвет; срок годности; код ТН ВЭД; единица измерения; особенности использования; возрастные ограничения (если есть); сертификаты соответствия; фото товара и упаковки. Обязательно для товарных групп, связанных с повышенными требованиями к прослеживаемости — например, медизделия, лекарства, парфюмерия, автозапчасти, табак. Обычно используется, если товар останется в продаже после окончания переходного периода.

Шаг 3. Заказ кодов

Пополнить баланс лицевого счёта; цена 1 кода — 0.50 руб. без НДС. Во время экспериментов коды бесплатны, но после обязательного запуска оплата авансом.

Да — на каждую единицу товара нужно получить и нанести уникальный код маркировки (Data Matrix). Каждый код — уникальный, нельзя использовать один и тот же код для нескольких товаров. Даже если все товары одного наименования — всё равно каждой упаковке/товару присваивается свой уникальный код.

◆ Что представляет собой код маркировки?

Код — это Data Matrix, в который зашита уникальная информация: GTIN (идентификатор товара), серийный номер, криптохвост (составная часть кода защиты, сгенерированная через государственную систему ГИС МТ). Такой код маркировки: обеспечивает уникальность товара; позволяет отследить его путь от производителя до кассы; исключает подделки и серый оборот.**

Шаг 4. Технические приготовления

4.1. Выбрать метод нанесения

Методы нанесения.

- Типография (в упаковке) — минимальные вложения.
- Печать на этикетке термотрансферным принтером (12,950–168,750 руб. за устройство).
- Прямое ин-лайн нанесение (инжект/лазер) — десятки миллионов руб. для высокоскоростных линий.

4.2. Закупить 2D-сканеры

Закупить 2D-сканеры (1,332–17,541 руб. за шт.)



2D-сканеры

это устройства для считывания двумерных штрихкодов, прежде всего формата Data Matrix, который используется для обязательной маркировки товаров в России по системе «Честный знак».

4.3. Обновить ККТ

Обновить ККТ (контрольно-кассовую технику) и учётную систему: модуль «1С-Маркировка» (45,000–95,000 руб.) или подписка (4,255–6,500 руб./год за точку).

ККТ должна быть настроена и обновлена для передачи в ОФД (оператор фискальных данных) информации о продаже маркированного товара — то есть чек теперь обязательно должен содержать код маркировки Data Matrix, считанный при продаже через сканер. Иногда это требует обновления прошивки или замены блока фискального накопителя.



Модуль «1С:Маркировка»

Модуль «1С:Маркировка» — это специализированное программное расширение для учетных систем 1С, которое автоматизирует все процессы работы с маркированными товарами в рамках системы «Честный знак».

Модуль — «1С:Маркировка» или расширение, предназначено для автоматизации всех процессов с маркированными товарами: заказ и учёт кодов маркировки, отражение вводов в оборот, приёма, реализации, возврата и списания маркированных позиций, автоматическое взаимодействие с системой «Честный знак» (ГИС МТ), печать этикеток с кодами, организация обмена электронными документами (ЭДО) для отгрузки и приёма маркированных товаров.

Сколько стоит обновление?

Единоразовая покупка модуля «1С:Маркировка» — от 45 000 до 95 000 руб. (цена зависит от версии, числа лицензий и уровня поддержки). Или годовая подписка — от 4 255 до 6 500 руб. за одну рабочую точку (терминал, касса).

Без актуального модуля учётная система не сможет работать с маркированными товарами по закону. Комплексное обновление автоматизирует все действия с маркировкой и минимизирует риск штрафов и ошибок.

Шаг 5. Пилотирование и обучение

5.1. Мини-партия кодов, тестовая отгрузка, проверка API

Заказ небольшой (тестовой) партии кодов предназначен для практического освоения процедур маркировки. Сначала заказывают несколько уникальных кодов на реальные или пробные товары. Эти коды наносят на продукцию по всем правилам: печать, наклейка, фиксация кодов в личном кабинете.



ЭДО-лайт

это бесплатный сервис электронного документооборота, интегрированный в личный кабинет системы «Честный знак».

Позволяет формировать и подписывать электронные документы, включающие коды маркировки, и пересылать их между всеми участниками оборота — поставщиками и покупателями. Сервис

удобен для малого и среднего бизнеса: можно работать через браузер или мобильное приложение, не требуется отдельная интеграция.

Как происходит тестовая отправка?

В ЭДО-Лайт создают электронную накладную (например, УПД) на передачу тестовой партии промаркированного товара. В документ вписывают коды маркировки. Подписывают документ электронной подписью. Отправляют УПД покупателю — (партнёр по тесту) через сервис. Получатель подтверждает получение, после чего в системе «Честный знак» автоматически фиксируется факт движения маркированной продукции. Проверяется корректность: отображаются ли статусы кодов, корректно ли прошла операция в личном кабинете, нет ли технических ошибок.

Проверка работы через API

Для компаний, желающих автоматизировать процессы, доступен API системы «Честный знак»: можно подтянуть функции заказа кодов, ввода в оборот, отправки документов или проверки статусов в собственную учетную систему или ERP-программу.



API системы «Честный знак»

это специальный программный интерфейс, который позволяет учётным системам, ERP, WMS, складским программам напрямую взаимодействовать с национальной системой маркировки «Честный знак» без необходимости работы вручную через веб-интерфейс.

Проверка API — это отправка тестовых запросов (например, на генерацию или ввод кодов в оборот) через программный интерфейс, а не веб-интерфейс. Таким образом, вы удостоверяетесь, что интеграция с «Честным знаком» работает корректно: коды передаются, статусы обновляются, ошибок нет. Доступ к API предоставляется с помощью токена, который запрашивается через личный кабинет. Для тестов используют «песочницу» (sandbox) или тестовые среды — чтобы не испортить реальные данные.

5.2. Обучение персонала



Обучение персонала: вебинары ЦРПТ (бесплатно) или курсы 900 руб./час до 5,000 руб./час.

Зачем необходимо обучение персонала работе с маркировкой в системе «Честный знак»?

Процедуры работы с маркировкой включают множество технических и юридических нюансов — внесение данных, заказ кодов, работа в электронных сервисах (личный кабинет, ЭДО, API), проверка и обработка статусов кодов. Ошибки и незнание тонкостей ведут к блокировкам, штрафам и остановке продаж.

Требования к процессам маркировки регулярно корректируются. Оперативное обучение позволяет персоналу своевременно реагировать на изменения, действовать по обновлённым правилам и избегать санкций.

Работа с ИТ-инструментами: специалистам нужно уметь пользоваться специализированными модулями учётных программ (например, 1С:Маркировка), сканерами, снимать и загружать данные кодов, настраивать и применять электронную подпись.

Правильная подготовка документов: корректное формирование электронных отчётов (УПД, акты, возвраты), грамотное использование ЭДО-Лайт, точное отражение движения маркированных товаров важно для законности и прослеживаемости продуктов.

Снижение риска нарушений: обученный персонал реже допускает ошибки, которые могут привести к административной ответственности и убыткам из-за «зависших» товаров.

Какие форматы обучения существуют?

Вебинары ЦРПТ – это онлайн-семинары и обучающие мероприятия, которые проводит Центр развития перспективных технологий (оператор национальной системы цифровой маркировки "Честный знак") для участников рынка.



Вебинары ЦРПТ

это онлайн-семинары и обучающие мероприятия, которые проводит Центр развития перспективных технологий (оператор национальной системы цифровой маркировки "Честный знак") для участников рынка. Бесплатные: охватывают базовые и продвинутое темы, актуальные изменения и практику использования системы.

Платные курсы и тренинги:

Стоимость — от 900 руб. до 5,000 руб. за час. Расширенное обучение по специфике маркировки для отдельных отраслей, работы с API, настройке учётных систем, кейсы по ошибкам и сложным ситуациям.

Шаг 6. Настройка регламентов

6.1. Приёмка и отгрузка по УПД



УПД (универсальный передаточный документ)

это основной электронный документ для оформления движения маркированных товаров между организациями.

Что нужно делать?

- **Формирование и отправка УПД:** продавец формирует УПД с подробным перечнем товаров и включает коды маркировки каждой единицы. Документ подписывается УКЭП и отправляется покупателю через электронный документооборот (ЭДО или ЭДО-Лайт).
- **Приёмка:** получатель товаров сверяет количество, ассортимент и коды маркировки с данными в УПД.
- **Сканирование кодов Data Matrix:** проверяют их валидность и соответствие данным документа. Подтверждение приёмки электронным подписанием УПД.
- **Отражение в «Честном знаке»:** после подтверждения приёмки коды маркировки переходят в владение получателя и в системе фиксируется смена собственника. Автоматизация: процедуры могут проводиться из учётной системы (например, 1С:Маркировка) или вручную через личный кабинет.

6.2. Возвраты

Возврат маркированного товара — возврат от покупателя поставщику или от клиента магазину.

Регламентные действия:

- Формируется возвратный УПД или корректировочный документ с указанием возвращаемых кодов маркировки. Перед возвратом коды товара должны находиться «в обороте» и принадлежать возвращающей стороне.

- При возврате между юрлицами: обязательна пересылка документа с кодами через ЭДО и подписание обеими сторонами.
- Коды маркировки по возвращённому товару вновь переходят к поставщику и отражаются в системе. В случае возврата от конечного потребителя (физлица): магазин либо возвращает товар в систему как «возвращённый в оборот», либо производит списание, если товар повреждён.

6.3. Списание

Списание маркированных товаров — процедура вывода из оборота по причинам: брак, порча, истечение срока годности и т.д.

Регламентные шаги:

- Оформляется акт списания на каждый товар с кодом маркировки.
- Документ создаётся в учётной системе или в личном кабинете «Честного знака».
- В систему подаётся информация о кодах, подлежащих списанию, с указанием причины.
- Коды маркировки получают статус «выведен из оборота»; такие товары нельзя дальше реализовывать. Все действия должны быть подтверждены электронной подписью.

6.4. Типовые сложности и рекомендации

Каждый этап движения маркированного товара (приёмка, отгрузка, возврат, списание) фиксируется в «Честном знаке» и сопровождается обменом электронными документами. Регламенты обеспечивают прозрачность товаропотоков, минимизируют риск ошибок и штрафов.

Автоматизация процессов через учётные системы существенно облегчает ежедневную работу и интеграцию с «Честным знаком».

Несоблюдение электронных процедур ведёт к блокировкам кодов, невозможности продажи товара и административным санкциям.

Регулярная сверка статусов кодов, отчёты stock-in-stock-out.

Типовые сложности и пути решения

Категория проблемы	Проявление в бизнес-процессах	Решения и превентивные меры
Технические сбои в ГИС МТ	Ошибка 500 или 400 при передаче данных[30].	Кэш-очистка, повторное отправление, резервное API-окно вне пикового времени.
Плохая связь/интернет в рознице	«Марка не пробивается» — продажа невозможна.	Оффлайн-режим кассы с последующей синхронизацией, резервное LTE-решение.
Некорректные УПД	Поставщик прислал коды в неверном статусе.	Встроенная в учётку проверка статусов «В обороте», авто-валидация на стороне ЭДО.
Отсутствие квалифицированных кадров	Ошибки при описании карточек, неверный GTIN.	Внутреннее обучение, чек-листы, сервис GetMark или Near-IT (аутсорсинг 19,900 руб.-50,000 руб./мес.).
Рост затрат для МСП	20% удорожание конечного товара в легпроме.	Использовать типографию + ЭДО-Лайт, привлекать субсидии (компенсация 50% оборудования для детских товаров).

ШАГ. 7. Организация работы с “Честным знаком”



7.1. Собственными силами

Подходит крупным сетям и производствам с ИТ-департаментом. Плюсы: полный контроль, экономия на долгом горизонте. Минусы: высокий CAPEX (сокращение от Capital Expenditure, или капитальные затраты), 3-6 месяцев внедрения, кадровые риски.

В сфере внедрения системы цифровой маркировки «Честный знак» CAPEX обозначает единовременные инвестиции, связанные с покупкой оборудования, программного обеспечения и инфраструктуры, необходимых для запуска и полноценной работы маркировки.

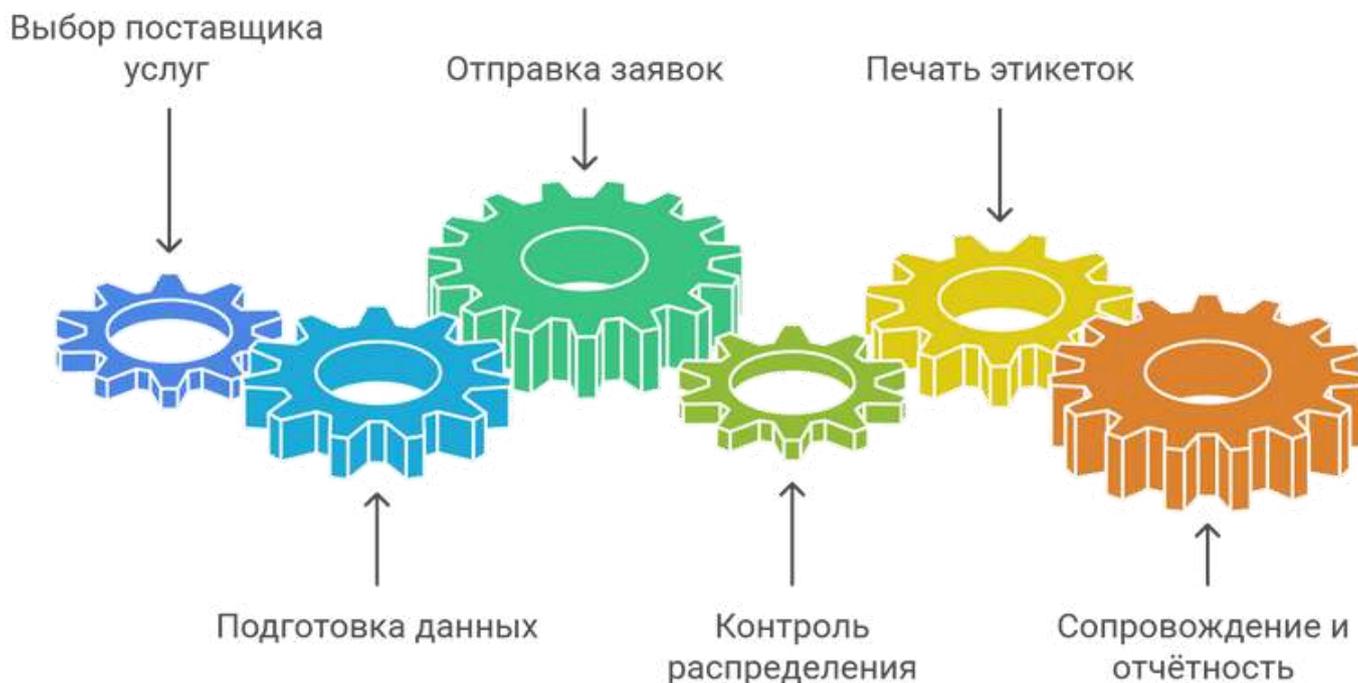
7.2. Аутсорсинг «под ключ»

Рыночные предложения:

- Online-Kassa «Маркировка под ключ» — 9,613 руб. за старт + 3 руб./этикетка.
- CloudMark: консультация 5,000 руб./час, аутсорсинг 3,500 руб./час.
- EWIT: полный цикл от 19,900 руб./мес.
- Mercury Solutions: пакет «регистрация + ЭДО + обучение» — 5,490 руб.

Компании комбинируют модели: печать делают сами, ЭДО делегируют провайдеру. В легпроме доля аутсорсинга превышает 60% из-за нехватки ИТ-ресурсов.

Процесс организации аутсорсинга



Процесс организации аутсорсинга

1. Выбор провайдера

Организация выбирает сервисную компанию — интегратора или IT-оператора, имеющего прямую интеграцию с системой «Честный знак» и набор готовых решений.

2. Передача данных и интеграция

Провайдер берёт на себя: подготовку необходимого списка товаров (SKU) для заказа кодов; автоматизированную отправку заявок и получение Data Matrix-кодов через официальное API; контроль распределения и выгрузки кодов для печати.

3. Печать этикеток

В зависимости от объёмов сервис либо предоставляет заказчику готовые этикетки с кодами, либо интегрирует "облако" с локальными офисными принтерами клиента — сотрудникам остаётся только наклеить этикетки на товар.

4. Сопровождение и отчётность

Оператор ведёт обмен электронными документами (ЭДО), формирует отчёты и обеспечивает техподдержку при ошибках.

Провайдеры «ловят» типовые ошибки при заказе кодов, ведут автоматическую сверку статусов, обновляют рекомендации по движению кодов и предотвращают блокировки со стороны «Честного знака». Оплата за аутсорсинг как правило, зависит от объёма: фиксированная подписка или оплата за каждую этикетку/код. Нет необходимости закупать принтеры, обновлять 1С или дорабатывать свои ИТ-системы.

Компании среднего размера (20–150 SKU) получают готовые наборы этикеток несколько раз в неделю или по заявке, а массовые ритейлеры отправляют заказ на сервис автоматически через Excel или API. Некоторые провайдеры берут на себя не только заказ и печать кодов, но и совершают агрегацию, отправку электронных документов, готовят регламентированные отчёты для налоговой. Техническую поддержку и обучение по работе с кодами берёт на себя внешний оператор, а внутри компании вопросы маркировки курируют всего 1–2 сотрудника.

7.3. Маркировка «Честный знак» на складе логистического оператора Tablogix

Для компаний, которые не готовы внедрять маркировку на своих мощностях (или не имеют их вовсе), идеальным решением становится услуга аутсорсинга маркировки со складской обработкой на складе логистического оператора. Особенно это актуально для дистрибьюторов, импортёров и продавцов, получающих немаркированный товар из-за рубежа.



Tablogix предлагает полный цикл маркировки «Честный знак» на складе класса А:

Вы привозите товар, мы наносим коды, проверяем, агрегируем, формируем УПД и готовы к отгрузке. Все операции проходят под контролем WMS, с фото-фиксацией и сканированием, а по завершении вы получаете полный отчёт.

Выгоды маркировки на складе логистического оператора:

- При отсутствии у бизнеса собственной логистики и ИТ-решений;
- Быстрое нанесение маркировки и перемаркировка — без покупки оборудования;
- Поштучный контроль качества кодов (Data Matrix): каждая единица проходит проверку на считываемость;
- Агрегация на уровне короба и палеты с точной структурой вложенности;
- Интеграция с вашей WMS или ЭДО;
- Хранение, фулфилмент, доставка — вся логистика в одном месте;

Где оказываем услуг маркировки «Честный знак»?

Склады Tablogix — современные складские комплексы класса А в Московской области (6–30 км от МКАД), удобно расположены у ключевых транспортных развязок.

Цена на услуги маркировки на складе Tablogix зависит от количества единиц и габаритов продукции. Обратитесь к менеджеру для бесплатной консультации и расчета стоимости для вашего бизнеса по тел.: [+7 499 926 53 00](tel:+74999265300) или e-mail: sales.ru@tablogix.ru Консультация в **WhatsApp: +7 (916) 206 28 37.**

8. Переходный период маркировки и "экспериментальные" режимы

Регулятор часто вводит новые категории товаров под обязательную маркировку через тестовый или экспериментальный период. Это означает, что до официального старта обязательной маркировки (например, с января 2027 года, после тестового режима в 2026 году), на рынке может одновременно присутствовать как маркированный, так и немаркированный товар.



Переходный период маркировки

это установленный законом временной промежуток, когда бизнес может постепенно адаптироваться к обязательному внедрению маркировки товаров в системе «Честный знак». В этот период допускаются определённые послабления и правила обращения с остатками немаркированной продукции, чтобы избежать резких сбоев и штрафов.

В такой переходный период возникают сложности: клиенты, как правило, не готовы нести дополнительные расходы на маркировку (поштучную приемку, агрегацию), если она еще не является обязательной.



Tablogix предлагает гибкие решения для управления этими этапами:

Оценка скорости оборачиваемости стока: Мы рекомендуем клиентам стратегию перехода в зависимости от того, как быстро оборачивается их товар.

Приемка и отгрузка в переходный период: Если оборачиваемость стока низкая, мы можем принимать товары как немаркированные (даже если они фактически уже имеют маркировку) в течение определенного времени до начала обязательной маркировки (например, до полугода). Это позволяет клиентам оптимизировать затраты.

Гибкое управление отгрузками: В течение переходного периода мы можем управлять отгрузками, направляя немаркированный товар одним клиентам, а маркированный — другим, согласно вашим указаниям. Это обеспечивает плавный переход и удовлетворяет потребности всех контрагентов, позволяя работать одновременно с двумя потоками товаров на одном складе.

Мы также учитываем изменения в требованиях регулятора относительно перемаркировки остатков: текущая практика часто допускает сосуществование маркированного и немаркированного стока без обязательной перемаркировки старых остатков, что предоставляет дополнительную гибкость.

9. Бюджет на маркировку, инвестиции и расходы

Отрасль / масштаб	Оборудование (руб.)	ПО и лицензии (руб.)	Коды / год (руб.)	Итого стартовый CAPEX (руб.)
Микро-пекарня (15 SKU молочки)	Принтер 12,950 + сканер 1,648	УКЭП 1,700 + IC- Маркировка 4,255	10,000 кодов × 0.6 руб. = 6,000	26,553
Небольшой пивовар (0.3 млн дал в год). «Дал» — это 10 литров.	«Коробочное» решение 21,000	ЭДО-годовой 3,500	300,000 кодов × 0.6 руб. = 180,000	204,500
Линия ветпрепаратов (15 форм-факторов)	5 автоматических линий 40 млн	ERP-модуль 95,000 + ЭДО 60,000	5 млн кодов × 0.6 руб. = 3 млн	≈43.2 млн[

Факторы, влияющие на бюджет:



- Скорость линии и материал упаковки:** ин-лайн лазер дороже этикет-печати в 3–5 раз.
- Объём SKU и лот-размер:** больше GTIN — выше затраты на каталогизацию и серийные номера.
- Доля ручного труда:** автоматизированное нанесение требует камер техзрения 100,000 руб./точку.
- Объём документооборота:** тариф ЭДО падает с 10 руб. до 2 руб. за документ при объёмах > 600,000 шт.
- Отраслевые субсидии:** молочка, детские товары, пивовары могут получить компенсацию 50% оборудования.

Структура расходов на маркировку

Элемент затрат	Доля в общей смете, % (средняя)	Диапазон цен
Печатное оборудование (принтер / онлайн)	25 – 70	12,950 руб. – 40 млн руб.
2D-сканеры и кассовая модернизация	5 – 15	1,332 руб. – 17,541 руб. за сканер
ПО, интеграция, IC-модули	8 – 20	4,255 руб. – 95,000 руб.
ЭДО-тарифы	3 – 10	1,500 руб. – 1.2 млн руб./год
Электронные подписи (УКЭП)	1 – 3	1,700 руб. – 6,490 руб.
Коды маркировки	10 – 30	0.6 руб./шт.
Аутсорс-услуги (опц.)	5 – 50	9,613 руб. старт / 3,500 руб.–50,000 руб. мес.
Обучение и поддержка	1 – 5	900 руб.–5,000 руб. час

Рекомендации по минимизации затрат

- **Типография вместо линейной печати** для продукции с долгими сериями и низкой SKU-вариативностью[16].
- **Коробочные решения** (CRPT + партнёры) — снижают CAPEX пивоваров и молочников на 30-40% [45][1].
- **ЭДО-Лайт** для МСП: входящие документы бесплатны, исходящие не нужны при розничной модели[6].
- **Компенсации от ЦРПТ / регионов** на оборудование (до 50% для детских товаров)[38].
- **Групповая подписка УКЭП** и машиночитаемые доверенности — экономия на носителях и сертификатах[46].

10. Практика компаний

10.1. Производители



Крупные молочники внедряют техзрение (0.1 коп./ед.) при типографском коде.

Техническое зрение — это автоматизированные системы камер, программного обеспечения и алгоритмов анализа изображений, которые используются на производственных линиях для контроля маркировки товаров. В контексте маркировки молочной продукции:



Техническое зрение

— это автоматизированные системы камер, программного обеспечения и алгоритмов анализа изображений, которые используются на производственных линиях для контроля маркировки товаров. В контексте маркировки молочной продукции:

После того как типография наносит Data Matrix коды на упаковку (код маркировки печатается централизованно и массово). На линиях фасовки или упаковки устанавливаются модули технического зрения (иногда называют «инспекция кодов»). Эти системы автоматически распознают, проверяют читаемость каждого кода, сверяют данные в реальном времени с базой, и подтверждают соответствие кода стандартам «Честного знака» и контролируют отсутствие дубликатов.

Почему это решение выгодно для молочного бизнеса?

Высокие объёмы производства: ручная проверка невозможна при потоке тысяч упаковок в час. Госрегламенты требуют стопроцентной прослеживаемости: некорректный или нечитаемый код — блокировка товара. Исключение брака и штрафов благодаря автоматике.

Экономика процесса (0.1 коп./ед.). Стоимость автоматизированной проверки одного кода (себестоимость работы системы техзрения) у ведущих производителей сегодня оценивается всего в 0.1 копейки на 1 упаковку. Такая низкая себестоимость достигается за счёт массовости

производства, высокой автоматизации и единовременных инвестиций в оборудование (камеры, программное обеспечение, сервера контроля качества).



Что значит «при типографском коде»?

Уникальный код маркировки печатается на упаковке товара ещё до того, как упаковка попадёт на завод-изготовитель продукции.

Производитель заранее заказывает партию упаковки (например, пакетов для молока, этикеток для бутылок и т.п.) в профессиональной типографии. Типография получает от производителя список сгенерированных уникальных Data Matrix кодов (или сама интегрирована с системой генерации кодов).

На этапе печати упаковочного материала (коробок, пакетов, этикеток) типография сразу же наносит на каждую единицу упаковки индивидуальный Data Matrix код. Готовая уже промаркированная упаковка поступает на завод, где расфасовывается готовая продукция. На производственной линии остаётся только считать и проверить этот код с помощью технического зрения: не нужно отдельно печатать коды на заводе, что ускоряет и удешевляет процесс.

Ветфарм «ВИК» инвестировал 40 млн руб., запустив 5 автоматизированных линий.

Группа компаний «ВИК» — крупный российский производитель ветеринарных препаратов, лидер отрасли и крупнейший поставщик на рынке СНГ. В рамках перехода к обязательной маркировке ветеринарных препаратов, компания реализовала масштабный инвестиционный проект по автоматизации производственных процессов.

5 линий, интегрированных для работы с 15 различными форм-факторами упаковки (конкретный тип, размер, материал и форма тары или упаковки). Автоматические линии оснащены принтерами для нанесения кодов маркировки и оборудованы системами технического зрения для проверки качества и читаемости каждого Data Matrix-кода в потоке упаковки. Решения реализованы для разных типов упаковки — флаконы, блистеры, коробки, банки и др., что позволяет охватить весь ассортимент продукции.

10.2. Дистрибуторы и ритейл

Сети DIY и FMCG дорабатывают WMS под агрегацию короб-палета, применяя ручные TSD-терминалы.



В сетях DIY (строймаркетах и хозяйственных гипермаркетах) и FMCG (ритейл быстрой оборачиваемости товаров) внедрение маркировки требует доработки логистических и складских процессов — особенно в части агрегации упаковок (коробов и палет) и автоматизации учёта с помощью терминалов сбора данных (TSD или ТСД — портативные сканеры).



ТСД (терминал сбора данных)

это портативный мини-компьютер со встроенным 2D-сканером штрихкодов.

Сотрудник (кладовщик/магазин/логист) с ТСД сканирует Data Matrix-код товара.

Данные о товаре сразу отображаются на экране ТСД и автоматически передаются в учётную систему (1С, WMS, мобильное приложение и др.).

Чтобы отслеживать товары с маркировкой при хранении и перевозке, крупные сети дорабатывают свои складские программы (WMS — системы управления складом). Они учат её «понимать», какие товары собраны в одном коробе или палете — это и называется агрегацией: вложение одних упаковок в другие, с сохранением точных связей между кодами отдельных товаров и кодами на коробке или палете.

Работает это примерно так: сотрудник на складе с мобильным сканером (его называют терминалом сбора данных, или ТСД) сканирует каждый товар при укладке в коробку. Когда короб готов, системе присваивается отдельный код, объединяющий всё, что внутри. Потом такие короба сканируют при формировании палеты. Всё это фиксируется в программе, и система точно знает, какой конкретный товар лежит где — без бумажных журналов.

Это позволяет быстро отследить продукцию на любом этапе, упростить приёмку и отгрузку, и главное — соответствовать требованиям маркировки: ведь теперь нужно точно знать путь каждой коробки и даже каждого товара, до выхода на кассу. Без доработки складского софта и таких

сканеров собрать, проверить и передать данные по маркировке технически невозможно, особенно при больших потоках товаров.

60% легпром-ритейлеров перешли на аутсорсинг из-за дефицита IT-штата

В последние годы большинство ритейлеров легкой промышленности (легпром) столкнулись с нехваткой IT-специалистов для своевременного заказа, печати и учёта маркировочных кодов Data Matrix. В результате примерно 60% компаний в отрасли предпочли не развивать собственную инфраструктуру, а делегировать эти процессы специализированным сервисам.

10.3. Малый бизнес

Небольшие фермеры сталкиваются с интернет-сбоями и используют отложенную кассу с буфером.



С сентября 2024 года фермеры обязаны маркировать сухие корма в потребительской упаковке, с марта 2025 года — влажные корма, а также консервы (мясные, овощные, грибные и др.). У небольших фермерских хозяйств, особенно в сельской местности, часто возникают трудности с устойчивым интернет-соединением. Это становится проблемой при работе с маркированным товаром, поскольку действующие правила требуют онлайн-передачи данных о продаже каждого маркированного товара в систему «Честный знак» через ОФД (оператора фискальных данных).



ОФД (оператор фискальных данных)

— это компания, которая получает данные с онлайн-кассы о продаже товаров, включая информацию о маркировочных кодах Data Matrix, и передает эти данные в налоговую службу и систему «Честный знак» для контроля движения маркированной продукции.

Фермеры используют режим отложенной передачи данных — кассу с буфером. Это позволяет кассе временно сохранять информацию о продаже, включая коды маркировки, в автономном режиме. Даже при отсутствии связи касса корректно печатает чек, выводит товар из оборота локально и сохраняет все данные во внутренней памяти.

Как только интернет появляется, накопленные данные автоматически передаются в ОФД и далее в систему «Честный знак». Таким образом, бизнес не останавливается, а все требования законодательства выполняются с небольшой временной задержкой.

Такой подход позволяет фермерам полноценно работать с маркировкой даже в условиях нестабильной связи — например, на мобильных торговых точках, ярмарках или в удалённых торговых павильонах. Главное условие — регулярное подключение кассы к сети для выгрузки данных. При длительной задержке с отправкой может возникнуть риск нарушения регламентов маркировки, поэтому контроль процедуры необходим.

На практике этот способ оказался оптимальным для малого агропромышленного бизнеса, поскольку не требует серьезных вложений в ИТ-инфраструктуру, обеспечивает непрерывность продаж и соответствует требованиям цифровой маркировки.

ИП по одежде выбирают сервис «Маркировка под ключ» за 9,600 руб.

ИП, торгующие одеждой, всё чаще используют сервисы «Маркировка под ключ» за ~9600 руб., чтобы не тратить время и деньги на внедрение сложных учётных систем вроде ERP.



ERP (Enterprise Resource Planning)

это единая система для управления финансами, закупками, складом, кадрами, продажами и производством внутри компании.

Дальнейшая оплата за обслуживание обычно строится по модели: фиксированной абонентской платы (ежемесячно или ежегодно) за расширенные функции или большое количество кодов, либо оплаты только за заказанные коды и готовые этикетки — по мере необходимости. Рекомендуется уточнять у выбранного сервиса условия оплаты: что входит в базовую сумму и предусмотрены ли регулярные платежи при увеличении объёмов.

Сервис берёт на себя всё: регистрацию, заказ кодов, печать этикеток, передачу данных в «Честный знак». Предпринимателю не нужно разбираться в технических деталях — всё работает через простой личный кабинет.

Это удобно, быстро и без лишних затрат: особенно для тех, кто ведёт учёт вручную или в Excel. Такой подход стал стандартным решением среди малого бизнеса в легпроме.

Типовые ошибки бизнеса при внедрении маркировки



Внедрение маркировки — технологически и юридически сложный процесс, требующий внимания к деталям. Ниже приведены распространённые ошибки при переходе бизнеса к работе с системой «Честный знак» и советы, как их избежать.

1. Недооценка сроков и масштаба изменений

Бизнес часто откладывает подготовку к внедрению, ожидая «самого конца» переходного периода, из-за чего не успевает провести все тестовые этапы, обучение персонала и обработку остатков. В результате: сбои при массовом запуске, недомаркированные остатки, административные штрафы.

2. Ошибки в описании товара и каталога

Некорректное заполнение карточек товаров в Национальном каталоге: путаница с GTIN, неточное описание, дублирование позиций. Последствия: блокировки заявок на коды маркировки, невозможность ввести продукцию в оборот, лишние затраты времени на исправления.

3. Нарушения регламентов сканирования и агрегации

Неправильное оформление вложенности товаров (короб/палета), сканирование не всех кодов или потеря части связки при пересортировках товара. Последствия: расхождения при приёмке, претензии контрагентов, проблемы при транспортировке и хранении.

4. Проблемы с техникой и интеграцией ПО

Покупка неподходящих принтеров или сканеров, несовместимость с модулями учётных систем, отсутствие надёжного интернет-канала в торговых точках. Последствия: массовые отказы печати этикеток, сбои считывания, остановки продаж, дополнительные расходы на срочную доработку.

5. Неучтённые остатки и неправильная маркировка запасов

Пропущенные или неверно описанные товарные остатки (например, неверный объем партии, ошибки в описании). Последствия: запрет на продажу непромаркированного товара после даты X, вынужденные утилизации остатков или штрафы.

6. Ошибки в работе с электронными документами (ЭДО, УПД)

Формирование УПД без обязательных кодов маркировки, ошибки в статусах или возврате. Последствия: разрывы цепочки прослеживаемости, нарушение закона о цифровом документообороте, приостановка операций.

7. Недостаток обучения персонала

Персонал не понимает новых процедур, не владеет сканерами и софтом, допускает ошибки в подписании и отправке документов. Последствия: человеческий фактор становится самой частой причиной ошибок, что приводит к зависшим товарам и конфликтам с контрагентами.

8. Пренебрежение тестированием и пилотным запуском

Отсутствие проверки на пробных партиях: сразу массовый переход без тестов, отладки ЭДО или интеграции ПО. Последствия: выявление критических ошибок уже в основной работе, срочные доработки и убытки.

9. Неправильная оценка расходов и экономия "на важном"

Желание сократить расходы на печать, оборудование, учебные программы или консультации специалистов. Последствия: дополнительные расходы из-за недоработок, вынужденный возврат к аутсорсингу или повторным закупкам оборудования.

10. Не учитывается специфика отрасли и процесса

Перенос "чужих" регламентов или решений — например, попытка автоматизировать то, что проще сделать вручную (или наоборот). Последствия: снижение эффективности, запутанные рабочие инструкции и нежелание сотрудников работать по новым правилам.



«Своевременно подготовьте план поэтапного внедрения, уделите внимание обучению сотрудников, тестируйте процессы на небольших партиях и используйте поддержку специалистов/аутсорсеров там, где не хватает ресурсов или времени. Это уменьшит риски и ускорит адаптацию бизнеса к требованиям системы маркировки.»

— Анна Щукина, Руководитель отдела управления проектов и бизнес анализа



Организация маркировки — это скорее проект по цифровизации, чем просто печать этикеток. Успех определяется ранним анализом потоков, выбором метода нанесения, грамотной интеграцией ЭДО и обучением персонала. Для большинства МСП оптимален гибрид: внутренняя

печать + аутсорсинг документооборота и консультантов. Крупные производители выигрывают от полной автоматизации, окупая вложения через снижение контрафакта и улучшение логистической прозрачности.

Ориентируясь на приведённые шаги, бюджеты и сервис-решения, любая компания может выстроить индивидуальный план внедрения маркировки и минимизировать риски. Если вам потребуется бесплатная консультация по услуге маркировки на складе логистического оператора, обращайтесь в Tablogix по контактам на [сайте](#).



TABLOGIX

МАРКИРОВКА

на складе логистического оператора Tablogix

БЕСПЛАТНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ

+7 (495) 232 10 20
sales.ru@tablogix.ru

**ЧЕСТНЫЙ
ЗНАК**
НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА
ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКИ

GTIN (2 1) 0460964006479
SN (2 1) 16161A19K3NB2

VERIFIER