

Centrul de Soluții EAN - suportul logistic al GS1 Romania



Centrul de Soluții EAN a creat o nouă aplicație online: editorul de etichete logistice "LABEL 128", utilizabil din 15 ianuarie 2009 direct din site-ul CS EAN (www.csean.ro).

Aplicația permite crearea și tipărirea etichetei logistice pentru identificarea și urmărirea unităților de încărcătură omogene sau neomogene, cu greutate fixă sau variabilă, standard sau nestandard, ce conțin mărfuri de orice fel, folosind standardul GS1-128.

Eticheta creată are un format standardizat care grupează în mod uniform informațiile, atât în format text cât și sub formă de cod de bare GS1-128.

Folosirea Etichetei Logistice GS1 permite urmărirea și trasarea mărfurilor pe întreg lanțul de distribuție, dar și aplicații precum: cross docking, rutarea expediției, recepția automată, asigurarea securității alimentare.

- Consultanță și proiectare soluții GS1
- Cataloage electronice
- Promovare produse prin GDSN
- Asistență tehnică pentru e-Com (EDI)
- Tipărirea etichete cu coduri de bare
- Publicații, seminarii, materiale publicitare

Str. Mexic nr. 13
Sector 1, București
Tel.: 021 319 87 56
E-mail: office@csean.ro



INFO Supliment

Nr. 1 // Februarie 2009

pag. 2-3

Codificarea articolelor comerciale cu GTIN

pag. 4-5

Numerale neautorizate cresc costurile pe lanțul de distribuție

pag. 6-7

m-commerce:
Telefonul mobil schimbă modul de desfășurare a comerțului

Matricea inovațiilor

Mai întâi se ițește mică, răzleață și confuză ... nevoia. Și ne permite să o ignorăm, dar nu pentru mult timp, căci făptura voalată cenzurată își acutizează cu repeziune prezența în simțurile noastre. Se-nalță, se conturează, prinde contrast, împrășcă frustrare, cere impetuos, ne copleșește. Până când, asuprit, spiritul de conservare reacționează, invocând soluții. Rătăciți parcă fără scăpare în torentul necesităților, prindem deodată firul armonios al simfoniei Idei. Firavă și ezitantă, ea încolțește din nimic, produs energetic, în ungherul tainic al creației gândului și străbate neobosită păienjeniișul neuronal al propriei geneze. Iar când se înalță strălucind în lume, răsfățată de momentul de glorie, își desprinde narcisic manta de mister pentru a se dăruia cunoașterii tuturor căutătorilor. Apoi, pentru că se simte singură, neîmplinită, sau doar pentru că i se cere, Ideea naște. În zumzet febril, frânturi desprinse din trupul ei roiesc în gândurile noastre mănate de nevoie, prin speranță, către aspirație. Și cândva, se vor așeza la casa lor, într-o matrice a ideilor maturizate, a inovațiilor alimentate de același izvor, înălțându-măcar una din umbrele ce ne înconjoară. O familie de pioni ai rațiunii, acționând precum un întreg, într-o ordine internă imperturbabilă, ermetic închisă intrușilor. O astfel de idee fundamentală, matcă a uneia din căile de progres în sectorul comercial este Sistemul de Numerotare și Identificare GS1, rod al nevoii simțită în întreaga lume de a avea un limbaj comun în

cadru tranzacțiilor comerciale. Cu o istorie de peste 35 de ani, GS1 a elaborat și implementat standarde globale de bază pentru numerotarea și identificarea unică a produselor (GTIN), a partenerilor comerciali (GLN), a unităților logistice (SSCC), chei utilizate pe lanțul de distribuție. Pornind din acest trunchi, s-a ramificat un portofoliu divers de produse, soluții și servicii. Reprezentarea cheilor GS1 în coduri de bare folosind

tarea unor baze de date (data pool) într-o rețea globală de sincronizare a datelor (GDSN™) se supune standardelor GS1-GDS. Companiile aflate într-o relație de afaceri pot deține astfel aceleași informații în sistemele lor informatice, întrucât orice modificare în baza de date efectuată de către una dintre companii este imediat și automat disponibilă celorlalte companii colaboratoare. Alinierea și sincronizarea datelor despre

dezvoltat standardele eCom care furnizează reglementări clare privind mesageria electronică. Standardele GS1 fac posibilă trasarea produselor pe plan global, extrem de importantă pentru siguranța consumatorilor, indiferent de numărul companiilor implicate sau de granițele traversate de produse de-a lungul lanțului de distribuție până la consumator. De aceea organizațiile naționale GS1 s-au implicat în elaborarea unor sisteme și aplicații de trasabilitate corelate cu specificul și legislația fiecărei țări. Și sectorului medical s-a acordat o atenție deosebită, creându-se un organism GS1 Healthcare ce lucrează la dezvoltarea standardelor care cresc siguranța și îngrijirea pacientului, reduc erorile medicale și îmbunătățesc trasarea produselor medicale și farmaceutice. Combateră contrafacerilor, controlul granițelor, comerțul mobil, și multe alte preocupări își găsesc rezolvarea cu ajutorul standardelor GS1, o autentică "cloșcă cu puii de aur" a lumii moderne. Pentru toate acestea, sistemul GS1 trebuie însă cunoscut și respectat, și nu în ultimul rând protejat de eroziunile unor false și nefundamentate codificări. Vă reamintim că, în România, singura organizație abilitată de a oferi aceste produse și servicii este GS1 Romania, iar **codurile alocate de aceasta producătorilor și distribuitorilor de pe teritoriul României au ca început grupajul de cifre 594, reprezentând prefixul GS1 de țară pentru România în sistemul global de identificare.**

standardele EAN-UPC permite identificarea automată a informațiilor, scanarea acestora devenind cea mai răspândită practică în comerțul modern. Codurile cu dimensiuni reduse (DataBar), codurile cu conținut mai mare de informații (GS1-128), codurile electronice (EPC) înscrise pe tag-uri RFID, devin treptat disponibile utilizatorilor progresiști ai sistemului GS1. Crearea și interconec-

produse și companii din orice colț al lumii fluidizează activitatea și oferă o transparență neîntâlnită până în prezent pe lanțul de distribuție. Tot pentru îmbunătățirea colaborării, prin partajarea rapidă și corectă a informațiilor, prin comunicație globală și dematerializarea documentelor comerciale (comenzi de aprovizionare, dispoziții de livrare, dispoziții de plată, documente de control, etc) GS1 a

Atenție la codurile de bare pirat!



▲ P90 – rafturi pentru paleți



▲ Construcții de rafturi pe mai multe etaje pentru depozite și arhive



▲ Platforme metalice pentru optimizarea pe înălțime a spațiului

DEXION

Creating Space.

Șos. de Centură Chitila - Mogoșoaia nr. 3-5.
077045 Chitila, jud. Ilfov
E-mail: office@dexion.ro
www.dexion.ro, www.bruynzeel.ro

Tel.: 021/436 4956, 021/436 4958
Fax: 021/436 4957; Mobil: 0729 028 751



▲ Rafturi statice înșurubabile



▲ Rafturi metalice mobile Compactus® pentru arhive sau depozite



▲ Side2Side – mărirea capacității de depozitare pentru rafturi statice existente



▲ Compactus® Office – rafturi mobile de birouri pentru o utilizare optimă a spațiului disponibil

CONSTRUCTOR
A member of STORAGE & FILING

Codificarea articolelor comerciale cu GTIN (Numărul Global de Articol)

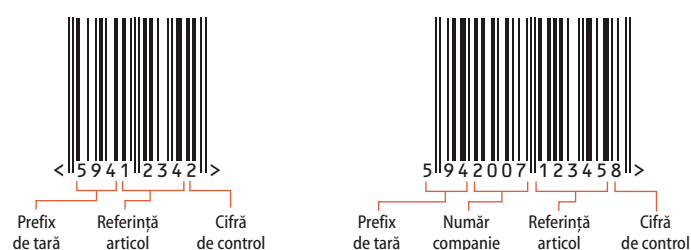
PRIMUL PAS : ALOCAREA PREFIXULUI DE COMPANIE GS1

Când România a devenit membră a Asociației EAN (actualmente GS1) în anul 1994, a dobândit codul de țară (Prefixul GS1) 594 și a început alocarea prefixelor GS1 de companie alcătuite din 7 cifre companiilor membre GS1. Prefixul de țară împreună cu numărul de companie formează prefixul GS1 al companiei. Odată cu creșterea numărului de companii membre, în urmă cu 3 ani, s-a trecut la alocarea prefixelor de companie din 9 și 10 cifre, diferențiat în funcție de numărul de produse al companiei solicitante. Un progres semnificativ în creșterea organizației s-a înregistrat în anul 1996, când s-a deschis primul magazin de tip cash & carry în România, al grupului METRO. De la aceasta dată, creșterea începe să fie vizibilă, deși nu spectaculoasă. Ulterior, pe piața românească, au apărut și alți mari distribuitori multinaționali, precum Billa, Grup Delhaize, Carrefour, care au contribuit la sporirea permanentă a numărului membrilor GS1 Romania și la diversificarea domeniilor reprezentate. În prezent, organizația numără peste 4500 companii membre și, dacă la început majoritatea membrilor erau din sectorul alimentației, acum, un număr important de alte sectoare sunt bine reprezentate.

CODIFICAREA ARTICOLULUI COMERCIAL

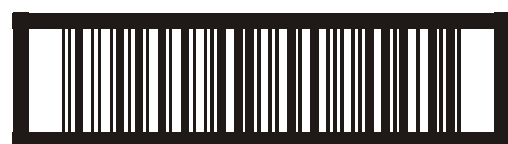
Fiecare articol comercial este identificat printr-un număr GTIN (Număr Global de Articol Comercial) în mod unic global, ce constituie însă o identificare pur numerică, fără semnificație. Mai mult, fiecare variantă modificată de articol (compoziție, ambalaj) necesită propriul său GTIN. Sistemul GS1 utilizează pentru identificarea articolelor comerciale câteva structuri standard de date: GTIN - 8, GTIN -13 și GTIN -14. Fiecare GTIN alocat unui produs este bazat pe prefixul GS1 al companiei, de aceea **pentru participanții români la sistemul GS1 aceasta înseamnă că nici un GTIN nu poate fi atribuit fără GS1 Romania!** GTIN - 8 se folosește cu precădere pe articolele de dimensiuni mici (de tip cosmetice sau papetărie) unde nu este posibilă aplicarea celorlalte structuri. Cu cea mai mare pondere sunt utilizate structurile GTIN -13 și GTIN -14 (alcătuit din numărul alocat produsului conținut, precedat de indicatorul nivelului de ambalare). Articolele care trec pe la POS (punctele de vânzare en-detail) trebuie identificate cu ajutorul numerelor GTIN-13 și GTIN-8.

Pentru a fi citite automat în diverse puncte ale lanțului de aprovizionare, numerele GS1 sunt reprezentate sub formă de coduri de bare marcate pe produse sau pe ambalajele acestora prin simbolizările EAN-13 și EAN-8 cu scanare omnidirecțională sau ITF-14 în cazul marcatării codului de bare direct pe carton, în special pe cel de tip ondulat.



Cod de bare EAN-8

Cod de bare EAN-13



1...8 - indicator al nivelului de ambalare pentru articole cu cantitate fixă
9 - indicator articole cu cantitate variabilă

Cod de bare ITF-14

CODIFICARE ARTICOLE PROASPETE ȘI CU GREUTATE VARIABILĂ

Pentru o unitate de consum cu mărime variabilă, este util să se precizeze fie cantitatea, fie prețul în structura EAN-13. Soluțiile trebuie să respecte cu strictețe regulile GS1 pentru a se evita apariția la casă a mărfurilor diferite cu același cod.

GS1 România oferă ca soluții următoarele structuri de codificare pentru produse cu greutate variabilă codificate la sursă (la furnizor):

a) pentru produse din carne, pește, brânzeturi

Prefix	Cod național de produs	Masa netă în kg cu 3 zecimale (99,999)	Cifra de control
2 5	M ₁ M ₂ M ₃ M ₄ M ₅	W ₁ W ₂ W ₃ W ₄ W ₅	C



b) pentru legume și fructe proaspete, preambalate

vândute en-gross

Prefix	Cod național de produs	Masa netă în kg cu 3 zecimale (99,999)	Cifra de control
2 8 9	M ₁ M ₂ M ₃ M ₄ M ₅	W ₁ W ₂ W ₃ W ₄ W ₅	C

vândute en-detail

Prefix	Cod național de produs	Preț	Cifra de control
2 9	M ₁ M ₂ M ₃ M ₄ M ₅	P ₁ P ₂ P ₃ P ₄ P ₅ P ₆	C

Pentru a se utiliza schimbul de date informatizate EDI în cazul produselor ambalate în cantități variabile, identificarea acestora se face folosind structura de numerotare GTIN -14, chiar dacă există pentru produs un cod intern de magazin utilizabil la casă. Codurile GTIN-14 au structuri alcătuite din 14 cifre: indicatorul 9 (specific pentru articole comerciale cu mărime variabilă), urmat de GTIN-13 al articolului conținut.

CODIFICARE INTERNĂ (în magazin)

De regulă, se cere furnizorului să-și marcheze produsul prin înscriere la GS1 România, singura instituție românească abilitată în comerțul intern și internațional să atribuie coduri de bare EAN-13, dar în anumite situații este permisă și numerotarea internă pentru:

- produse care se tranșează și se ambalează în magazin, cu cantitate fixă sau variabilă;
- produse pe care, din cauza formei, dimensiunilor sau a altor condiții (de exemplu, suprafețe umede) nu se poate atașa eticheta;
- produse care se vor marca ulterior la sursă și temporar, se livrează din stocuri de produse deja ambalate fără cod.

Această numerotare poate fi realizată folosind numere GTIN-13 ce încep cu unul din prefixele rezervate acestui scop de către GS1 România:

a) pentru produse nemarcate la sursă cu greutate fixă, se recomandă prefixul 20

b) pentru produse nemarcate la sursă cu greutate variabilă se

Prefix	Cod intern articol alocat în magazin	Cifra de control
2 0	M ₁ M ₂ M ₃ M ₄ M ₅ M ₆ M ₇ M ₈ M ₉ M ₁₀	C



recomandă prefixele 21 și 210

vândute en-detail
vândute en-gros

Prefix	Cod intern articol (primul caracter diferit de zero)	Preț articol	Cifra de control
2 1	M ₁ M ₂ M ₃ M ₄ M ₅	P ₁ P ₂ P ₃ P ₄ P ₅ P ₆	C

Aceste numere interne pot fi scanate numai în compania care le-a

Prefix	Cod intern produs	Masa netă în kg cu 3 zecimale (99,999)	Cifra de control
2 1 0	M ₁ M ₂ M ₃ M ₄ M ₅	W ₁ W ₂ W ₃ W ₄ W ₅	C

alocat; nu pot fi folosite și pentru EDI, nefiind numere unice (valabile și pentru furnizor).

GS1 Romania

B-dul Aviatorilor, nr. 50A, Sector 1,
București, Cod 011864, România
T (40 21) 317 80 31
E office@gs1.ro
W www.gs1.ro

ATLAS PRESS SRL Editură și tipografie

Str. Argentina nr. 10, Sector 1,
București, Cod 011754, România
T (40 21) 231 47 03
E office@atlaspress.ro
W www.atlaspress.ro

CODIFICARE PUBLICAȚII PERIODICE, CĂRȚI, MUZICĂ

Tradițional, sistemele ISBN (International Standard Book Number), ISSN (International Standard Serial Number) și ISMN (International Standard Music Number) coordonează și standardizează folosirea numerelor de identificare a cărților, publicațiilor periodice și muzicii tipărite. Din necesitatea acomodării sistemelor clasice, specifice de identificare și codificare a tipăriturilor cu codificările, tehnologiile și procesele prezente în comerțul global, s-au semnat acorduri între GS1 și Agențiile Internaționale ISBN, ISSN și ISMN. Aceste acorduri prevăd alocarea de către GS1, în Sistemul Internațional GS1 de standarde pentru identificare, codificare și comunicații, a prefixelor 977, 978 și 979 spre folosința respectivelor agenții, în scopul prefixării codurilor ISSN, ISBN și ISMN, respectiv pentru transformarea lor în coduri EAN-13, posibil de reprezentat în simbologie de cod de bare.

Produsele tipărite sunt astăzi codificate astfel:

a) folosind numerele ISBN, ISMN, ISSN prefixate și înglobate în GTIN

Cărți	Cod ISBN
Publicații seriale	Cod ISSN
Muzică tipărită	Cod ISMN



b) folosind GTIN la care adaugă un cod suplimentar "add-on" de 2 sau 5 cifre pentru informații suplimentare

Prefix GS1 (pentru țară)	Număr companie	Număr articol	Cifra Control
594	N4 N5 N6 N7	N8 N9 N10 N11 N12 N13	



Programul EDIT al GS1 Romania, inițiat în 2006, a demarat printr-un acord de cooperare între GS1 și RODIPET SA în sensul alinierii procedurilor și mijloacelor de lucru din piață cu prevederile legale privitoare la identificarea prin coduri de bare și gestiunea automată pe baza acestora. Cooperarea cu RODIPET SA s-a continuat, pe parcursul anului 2008 conducând la mărirea numărului de membri GS1 în acest an cu peste 150 de companii din domeniul editurilor.

Deveniți membru GS1 dacă doriți:

- **să obțineți:**
 - acuratețe, costuri reduse și menținerea în timp util a vizibilității informațiilor;
 - date standardizate, sigure pentru tranzacțiile comerciale prin alinierea și sincronizarea lor;
 - reducerea timpului și efortului atât la casele de marcat în punctele de vânzare cât și în activitățile din domeniul logistic;
- **să realizați:**
 - un control eficient al stocurilor deținute, al proceselor de comandă și vânzare prin compararea vânzărilor înregistrate la casele de marcat cu numărul de unități recepționate/rămase în stoc;
 - trasarea produselor dumneavoastră în caz de incidente de natură cantitativă / calitativă;
- **să beneficiați** de schimbul rapid, eficient și precis al datelor prin mesaje electronice de afaceri.

Numerele neautorizate cresc costurile pe lanțul de distribuție

Organizația GS1 nu are doar rolul de a furniza numere unice globale, dar a fost solicitată să sprijine domenii noi precum siguranța pacientului, securitatea granițelor și siguranța alimentelor, combaterea contrafacerilor.

Pentru a-și menține poziția fruntașă în lume în domeniul identificării, sunt necesari câțiva pași pentru a întări și proteja sistemul GS1 ținând cont că există o amenințare în creștere din partea numerelor neautorizate. Introducerea numerelor neautorizate pe lanțul de distribuție produce întreruperi și costuri adăugate, subminând investiția de 35 de ani în sistemul GS1. Orice contradicție cu cheile GS1 introduce costuri suplimentare pe lanțul de distribuție și lovește în centrul sistemului GS1 și în valoarea pe care acesta o furnizează membrilor săi. Mulți cred că această problemă este limitată la GTIN, dar aceasta este o presupunere incorectă. Crearea oricărei chei GS1 (GLN, etc.) cu un prefix de companie neautorizat este un pericol și trebuie luat în considerație.

De mare importanță pentru creșterea și securizarea sistemului GS1 este o mai bună colaborare a Organizațiilor GS1 Naționale cu companiile membre GS1, astfel ca prin efortul reunit să contribuie la combaterea efectului numerelor neautorizate. Cel mai probabil, numerele neautorizate sunt introduse pe lanțul de distribuție de companiile mici și medii, dar tocmai pentru acestea, orice costuri suplimentare sau întârzieri datorate ambalării, pot fi devastatoare.

GS1 ROMANIA ÎMPOTRIVA NUMERELOR NEAUTORIZATE

Pentru a reduce impactul și chiar pentru a elimina motivația de a se folosi numere neautorizate, Organizațiile Naționale GS1, în rândul cărora se înscrie și GS1 Romania, au în vedere o serie de soluții bazate pe experiențele consumate:

- Oferirea serviciului de verificare a codului de bare GS1 prin care se determină calitatea codului, dar și dacă prefixul companiei este de la un vânzător neautorizat, pentru a putea atenționa și declara codul ca fiind neautorizat.
- Încercarea de a convinge retailerii, pe baza unor argumente solide, să solicite Certificatul GS1 și raportul de verificare a codului de bare
- Participarea la Programul „Winning on the web” pentru creșterea ranking-ului GS1 în motoarele de căutare pe internet și contracararea în acest mod a vânzătorilor neautorizați;
- Actualizarea noii versiuni a serviciului GEPIR, un instrument oferit utilizatorilor pentru validarea cheilor GS1;
- Crearea unui Program „capacitate scăzută pentru preț scăzut” prin care se oferă un mic bloc de chei GS1, pentru o taxă redusă, utilizatorilor cu un număr redus de produse de codificat, menținându-le totuși flexibilitatea de a crește numărul de articole și de a efectua modificări ale produsului fără a fi nevoie de un alt Prefix Global de Companie.
- Obținerea accesului Organizației GS1 Romania la date, pentru a putea verifica dacă există numere neautorizate și, în caz afirmativ să le aducă în atenția partenerilor de afaceri implicați și să ofere soluții care ar putea corecta problema.

Cum apare un număr neautorizat?

- Un partener de afaceri copiază prefixul de companie GS1 real al unei companii Naționale GS1;
- Un partener comercial utilizează GTIN-uri care nu au fost încă alocate de GS1;
- Un partener comercial utilizează prefixul de țară al unei Organizații Naționale pentru a alocă GTIN-uri producătorilor;
- O companie membră GS1 transferă/vinde GTIN-uri din propria bancă de numere altui utilizator (vânzare neautorizată de chei GS1);
- Un partener comercial inventează un număr.

Costurile induse suplimentar de numerele neautorizate:

- Retipărire/reetichetare a ambalajelor cu chei GS1 autentice;
- Vânzări pierdute datorită întârzierilor înregistrate la expedierea sau lansarea pe piață, atunci când produsul trebuie reetichetat, fapt ce oferă competitorilor oportunitatea de a obține supremația pieței;
- Tulburări ale activității partenerului comercial care trebuie să soluționeze problemele apărute;
- Percepția partenerilor comerciali poate fi grav afectată, ajungându-se chiar la reanalizarea parteneriatului de către client;
- Taxele plătite suplimentar vânzătorilor neautorizați pentru achiziționarea cheilor GS1 neautorizate;
- Pierderea serviciilor GS1 suplimentare GDSN (Rețeaua Globală de Sincronizare a Datelor), EPC IS (Sistem de Informații EPC), Trasabilitate, etc.;
- Costuri generale pe lanțul de distribuție ce multiplică la nivel global pierderile estimate la nivelul unei companii. Dacă presupunem că un cost moderat pentru o afacere mică este de 50.000 USD și că 0,5-1,0% dintre micile afaceri au experiența vânzării neautorizate, costul global pe lanțul de distribuție este între 12,5 - 25 miliarde USD.

http://codaloc.gs1.ro Alocare on-line de coduri GS1 autorizate



Pentru alocarea automată a codurilor, utilizatorii se loghează la aplicația CODALOC cu ajutorul numelui utilizator și al unei parole (date de care dispun toți membrii activi ai GS1 Romania) la interfața de acces care direcționează cererile către diverse categorii de produse și nivele de ambalare. Aplicația permite introducerea unor date detaliate despre produse precum și gestionarea istoricului alocărilor de coduri cu posibilitatea de export al datelor în tabele Excel.

DIN EXPERIENȚA GS1 ROMANIA

Au existat cazuri de companii mici care au dorit să evolueze dincolo de statutul lor tradițional de mic furnizor de produse și să participe la marele lanț de distribuție. Știind că pentru a fi acceptați de retailerii au nevoie de coduri de bare pe produse, au dat o căutare simplă pe internet și au ajuns întâmplător la un vânzător online neautorizat de coduri de bare. Ei au explicat mai târziu că nu au intenționat să cumpere de la un vânzător neautorizat pentru a economisi câțiva dolari, ci credeau pur și simplu că acela era autorizat să vândă GTIN-uri de către GS1. Cu 250 Euro au obținut un număr de GTIN-uri, dar nu știau cât de costisitoare va fi această decizie. Firma a cheltuit pentru tipărirea codurilor de bare pe un număr mare de ambalaje, o sumă de câteva zeci de mii de Euro.

Una după alta au fost bifate cerințele retailerului:

- Sunt atinse cerințele de calitate de bază? - bifat
- Pot satisface volumul de desfacere dorit? - bifat
- Pot oferi un produs grozav la un preț corect? - bifat
- Produsul are cod de bare? - bifat...
- Au obținut un raport de verificare a codului de bare? - nu → de contactat GS1 Romania

■ Pot crea un SSCC pentru palete? - nu → de contactat GS1 Romania
Compania a fost sfătuită de retailerii să contacteze GS1 Romania pentru a fi ajutată să alocă un SSCC (cod serial al unității de expediție) mărfurilor livrate, iar pentru fiecare produs listat s-a solicitat un raport de verificare a codului de bare de la GS1 Romania pentru a avea siguranța că numărul este unic, corect tipărit pe ambalaj, că are mărimea potrivită, că este poziționat bine pe ambalaj, că are o culoare corespunzătoare citirii sale în infraroșu și are calitatea de a putea fi scanat fără eroare.

După prezentarea ambalajelor marcate la GS1 Romania, codurile produselor au fost testate și s-a constatat că erau GTIN-uri care nu fuseseră alocate companiei de către GS1 Romania. Fără a se fi folosit prefixul GS1 unic de companie în codurile de bare tipărite pe produse, raportul de verificare a codurilor de bare conținea „un comentariu critic” care a împiedicat listarea produselor la retailer. Retailerii din marea distribuție nu-și asumă riscul de a colabora cu furnizori ce utilizează GTIN-uri provenite de la vânzătorii neautorizați.

Fără un prefix de companie propriu nu puteau crea SSCC unice pe etichetele pentru palete. Compania a pierdut suma plătită pentru ambalajele tipărite pe care retailerul nu le-a acceptat datorită GTIN-urilor neautorizate.

Urmările deciziei greșite de a apela la un vânzător neautorizat au fost:

- vânzări pierdute datorate întârzierii în obținerea verificării codurilor de bare
- retipărirea unor ambalaje cu GTIN-uri corecte
- timp și efort consumate pentru rezolvarea problemei
- dificultăți la listarea produselor la retailer
- scăderea încrederii retailerului față de producătorul pe care îl percepe ca fiind neexperimentat
- banii cheltuiți pe achiziționarea GTIN-urilor (250 Euro) au fost pierduți și compania a trebuit să devină membră GS1 Romania pentru a obține prefixul GS1 unic de companie și seria de GTIN-uri autorizate.

Concluzii

Compania la care ne-am referit a fost victima neatenței a falsei reprezentări a unui vânzător online neautorizat de coduri de bare, care nu numai că a pretins că GTIN-urile erau atribuite lui de GS1 dar și că GTIN-urile cumpărate nu vor crea probleme pe lanțul de distribuție al retailerului. La acel moment vânzătorul neautorizat nu a făcut nici o mențiune privind posibilitatea ca retailerii să solicite un raport de verificare a codurilor de bare de la organizația națională GS1.

Tot din experiențe împărtășite de companii care s-au înșelat întâlnind vânzătorii neautorizați în „drumul” lor către coduri de bare, reținem un alt caz. Un producător își vindea produsele în afara lanțului tradițional de distribuție, prin intermediul unor furnizori specializați. Pentru a dezvolta afacerea, s-au gândit să-și extindă canalele de distribuție prin alinierea produselor lor în cadrul larg al comerțului general și prin canalele conexe din domeniul sănătății. Înțelegând că aveau nevoie de coduri de bare, au găsit și contactat un vânzător online. „Ce tip de produs vindeți?” a fost întrebare. „Un produs care poate fi vândut în comerțul general de bunuri dar și pe canalele din sectorul medical” au răspuns reprezentanții companiei. „În acest caz va trebui să vă atribuim GTIN-uri care încep cu cifra 3” le-a spus în mod incorect vânzătorul online.

Având o slabă cunoaștere a sistemului GS1, vânzătorul online neautorizat a hotărât că produsele farmaceutice trebuie numerotate începând cu cifra 3 și i-a alocat GTIN-uri care încep cu 3.

Compania a trecut la proiectarea noilor ambalaje pentru gama lor de peste 20 de produse, au realizat peste 50.000 de noi etichete și ambalaje cu codurile de bare primite. După ce și-au consumat o mulțime de timp contactând retailerii de mărfuri generale care au fost impresionați de produsele firmei, li s-a recomandat să obțină un raport de verificare de la GS1 Romania, un număr GLN pentru a putea primi comenzi prin EDI și să se asigure că au înțeles cum se creează SSCC-urile pentru expediții. Crezând că aici se încheie călătoria, au contactat GS1 Romania pentru a le confirma GLN-ul și pentru a pregăti rapoartele de verificare a codurilor de bare.

Cu surprindere au aflat că nu erau utilizatori autorizați ai sistemului în ciuda faptului că au plătit pentru GTIN-uri. În urma investigării, a devenit clar că numerele achiziționate de la vânzătorul on-line nu erau emise de GS1 și mai mult, modificând prima cifră cu 3 au fost schimbate practic în GTIN-uri o serie de numere controlate de Administrația pentru Alimente și Medicamente din SUA, ce identificau unic și codificau produsele cu National Drug Code, un sistem folosit în SUA.

GTIN-urile produselor pe care le-ar fi vândut această companie ar fi fost un duplicat al seriei de numere alocate pentru alte produse. În plus, nu puteau crea SSCC-uri din numerele achiziționate și nu aveau un GLN.

Compania a obținut restituirea sumei plătite la vânzătorul online neautorizat (250 Euro), totuși întreaga experiență s-a soldat cu pierderea a peste câteva zeci de mii de Euro cu diverse cheltuieli și mult timp irosit.

Urmările deciziei neatențe de a utiliza un vânzător online neautorizat au fost:

- rebutarea materialelor de ambalat ce nu au mai putut fi folosite (câteva zeci de mii de Euro pierduți)
- timp și efort consumate pentru rezolvarea problemei cu clienții existenți care deja introduseseră GTIN-urile în sistemele lor
- dificultăți la listarea produselor la retailer
- întârzierea lansării produselor pe lanțul de distribuție general
- costuri cu reambalarea și reetichetarea produselor cu noile GTIN-uri obținute de la GS1.

Concluzii

Compania a fost victima neatenței a vânzătorului online neautorizat care pur și simplu a alcătuit niște numere ce erau deja atribuite de GS1 altor companii. Acest exemplu a dezvăluit lipsa de cunoaștere a vânzătorilor online despre cum funcționează sistemul GS1, despre cheile de control privind integritatea și unicitatea acestui sistem de numerotare.

m-commerce: Telefonul mobil schimbă

Consumatorii își schimbă comportamentul și așteptările legate de procesul de cumpărare, motiv pentru care comercianții își schimbă modul de derulare a afacerilor. Comercianții caută metode inovative de a stabili relații mai apropiate și mai personalizate cu consumatorii, cu partenerii de afaceri și cu competitorii, profitând de evoluția tehnologiei pentru a lucra mai repede, mai inteligent, cu mai puțin efort.

Telefoanele mobile globalizează toate aceste schimbări! pentru că ... există peste 3 miliarde de telefoane mobile în întreaga lume, peste 40% din locuitorii globului dețin câte un telefon mobil, mai mult decât cei care utilizează un computer sau au acces la internet.

Fundamentală pentru dezvoltarea comerțului mobil este utilizarea cheilor GS1 pentru identificarea produselor și reprezentarea lor prin coduri de bare și EPC (Cod Electronic de Produs) ce pot fi citite și afișate de telefoanele mobile dotate cu cameră. GS1 a optat în mod voluntar să joace un rol activ în comerțul mobil, bazându-se pe standardele existente utilizate pe lanțul de distribuție, de identificare și schimb de informații despre produse și despre tranzacțiile comerciale.

Comerțul mobil (m-commerce), se dezvoltă pe bazele comerțului electronic dar creează interacțiunea unui sector mai larg de utilizatori într-un mod mai personalizat. Deosebirea între e-commerce și m-commerce o reprezintă posibilitatea de a conecta informațiile și obiectele într-un mod mai direct decât a fost posibil până acum. Aceasta este lumea anticipată de „Internetul Obiectelor”, unde obiectele au o viață și un istoric propriu pe care le putem folosi în avantajul nostru. Telefonul mobil poate fi instrumentul de legătură între lumea fizică și cea virtuală. La baza acestei viziuni stă abilitatea de a identifica obiectele în mod unic, rol deja istoric atribuit organizației GS1, cu peste 30 de ani de experiență în dezvoltarea standardelor de identificare și comunicație pentru lanțul de distribuție adoptate la nivel global.

Principalele aplicații ale telefoanelor mobile în domeniul comercial: ce este posibil cu standardele GS1 și cum?

Ambalaje extinse (ambalaje „virtuale”): consumatorul scanează codul de bare de pe un produs cu telefonul mobil, apoi se conectează la o rețea și extrage informațiile suplimentare despre produs.

Achiziție și livrare a conținutului: produse digitale (jocuri video, muzică) pot fi probate și vândute prin intermediul telefoanelor mobile.

Cupoane mobile: telefoanele mobile sunt folosite pentru a primi și răscumpăra cupoane și reduceri precum și pentru realizarea unor programe de fidelizare. Prin scanarea codului de bare corespunzător unui produs prezentat într-o publicație, consumatorul primește cuponul mobil pe care îl valorifică apoi prezentând telefonul mobil la POS.

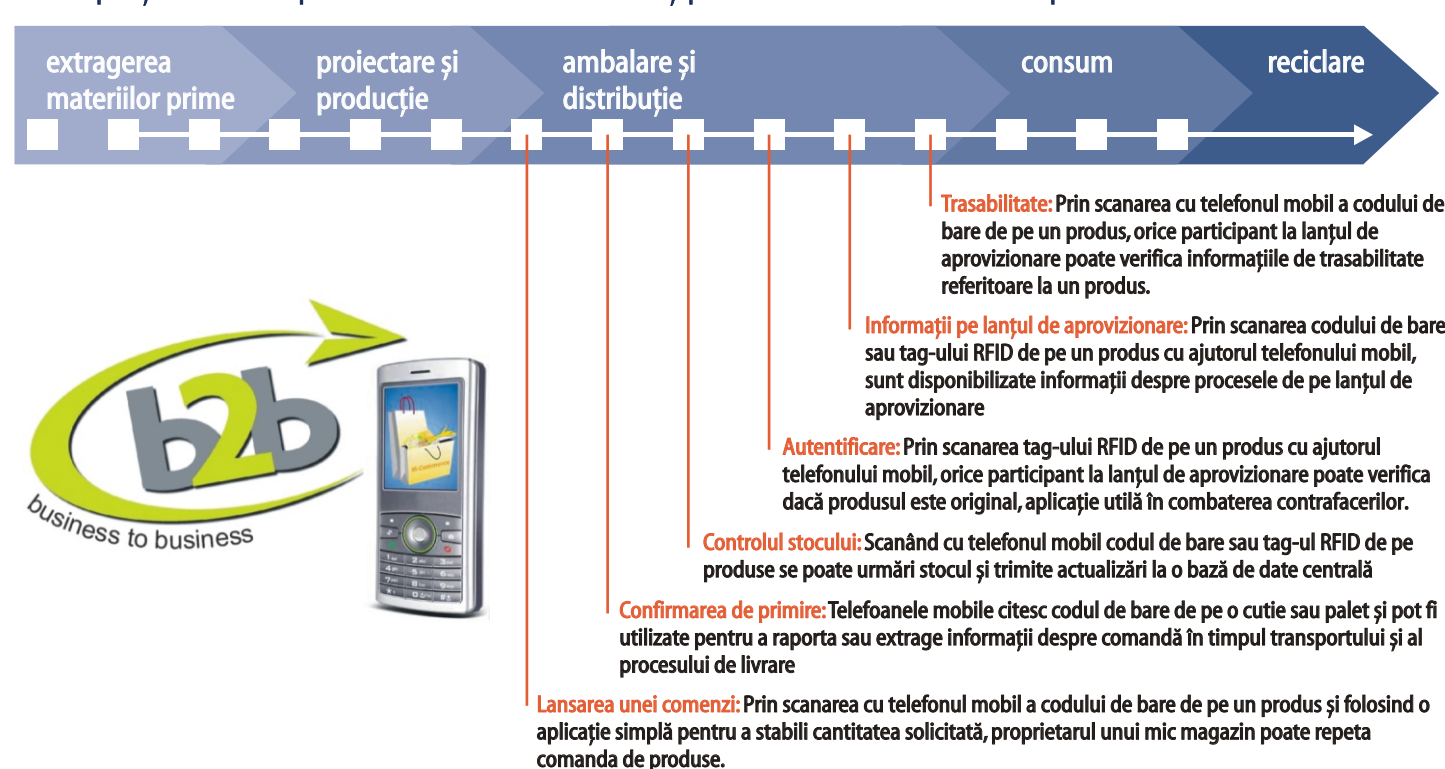
Autentificare: Prin adăugarea unui cod de bare serializat la articolul comercial, tehnologiile mobile pot fi folosite de consumatori pentru a determina ei înșiși un prim nivel de autenticitate a produsului, iar de către companii pentru a verifica dacă produsul a fost introdus ilegal pe o altă piață.

Comandare repetată și Mobile EDI: Prin telefoanele mobile pot fi repetate comenzi prin scanarea codului de bare de pe ambalajul produsului și folosind o aplicație simplă de verificare a cantității solicitate. Furnizorul primește un mesaj electronic care este procesat automat în sistemul de comandare repetată. Același principiu poate fi aplicat pentru a-i informa pe clienți despre expedierea sau livrarea bunurilor.

Scanare cu telefonul mobil: consumatorii aflați în supermarket-uri își pot folosi telefonul mobil pentru a scana produsele pe parcursul procesului de cumpărare; utilizatorul se poate informa despre produs direct în baza de date la producător.

APLICAȚII SPECIFICE BUSINESS-TO-BUSINESS

Aceste aplicații sunt centrate pe realizarea mai eficientă a afacerilor și permit o colaborare mai strânsă între partenerii de afaceri.



modul de desfășurare a comerțului

APLICAȚII SPECIFICE BUSINESS-TO-CONSUMER

Aceste aplicații grăvitează în jurul obiectivului de a face mai simplă și mai bogată viața consumatorilor, de a adânci relația dintre consumatori și comercianți astfel încât consumatorii să aibă un cuvânt mai greu de spus despre ceea ce consumă.

