



НАШИТЕ ПРВИ 20 ГОДИНИ

www.gs1mk.org.mk/20godini

GS1 e-ИНФО

Бр.15 - Септември 2014

Почитувани читатели на e-ИНФО на GS1 Македонија

Продолжувајќи ја нашата мисија да бидеме Ваш прозорец кон светот во однос на новините кои се случуваат во разни области, а директно влијаат на Вашите бизнис реализации или идни развојни активности, во



Слаѓана Милутиновиќ,
извршен директор

овој број на e-ИНФО-то Ве информираме за најновата законска обврска на Европската Унија - **Регулатива ЕУ 1169/2011**, која се однесува на сите чинители во Прехранбениот сектор.

Со оваа проблематика интензивно ќе се бавиме следните месеци. За сега го издвојуваме следното:

- Регулативата ќе стапи на сила на 13 декември 2014 година во сите земји членки на ЕУ.
- Во Регулативата е содржано барање да значајни информации за храната бидат достапни на потрошувачите пред купување преку веб страница или друга on line продажба.

Најбитното е дека:

- Задолжителните информации за храната мораат да бидат достапни пред остварување на купувањето и да бидат наведени во пропатниот документ при продажбата на далечина или треба да се дадат во некој друг соодветен облик кој субјектот кој работи со храна мора јасно да го одреди. Доколку се користат други соодветни облици, субјектот кој работи со храна мора на потрошувачите да им ги даде задолжителните информации за храната без наплата на дополнителни трошоци.
- Сите задолжителни податоци мораат да бидат достапни во моментот на испораката.
- Овие задолжителни информации мора да бидат достапани на веб страната, без надокнада за потрошувачите.
- Доколку податоците не се достапни, храната не може да се продава преку веб страници.
- Потребна е соработка помеѓу сопственикот на трговската марка и on-line трговецот, како би се осигурало да точни и потполни информации за храната бидат достапни во согласност со законот.

- GDSN и GS1 Каталогот на GS1 Македонија спаѓаат во сигурни извори на податоците (TSD - Trusted Source of Data). Тоа е рамка која може да ги исполни тие барања. Одговорноста паѓа на товар на сопственикот на трговската марка и на веб операторот
- ЕУ проценката на влијанието направена од страна на адвокатската фирма Mason, Hayes & Curran. Погледај: http://www.gs1.org/docs/b2c/EU_FIR_Impact_Analysis.pdf
- Посебен скратен прилог како GS1 B2C TSD може да помогне на сопствениците на трговските марки и on-line продавачите. Погледај: http://www.gs1.org/docs/b2c/EU_Regulation_1-pager.pdf

Согласно Регулативата ЕУ 1169/2011, следните податоци за производот мораат да бидат прикажани на етикетата на пакувањето:

1. Називот на храната.
2. Пописот на состојките.
3. Сите состојки или помошни состојки во процесот на производство кои се наведени во Прилогот II на Регулативата, или добиени од состојките или помошните состојки од Прилогот II а кои предизвикуваат алергија или нетолеранција, а кои се употребени во процесот на производство или подготовка на храната и кои се присутни во готовиот производ, дури и во изменет облик (листата на алергенси мора да биде декларирана како е наведено во Прилогот II.
4. Количина на одредени состојки или категорија на состојките.
5. Нето количина на храната.
6. Датум на минимално траење или датум на „употребливо до“.
7. Посебни услови на чување и/или на користење.
8. Име или назив и адреса на субјектот кој работи со храната; те. име или назив и адреса на субјектот кој работи со храната под чие име храната се продава (или назив на увозникот ако е субјект во работа со храна надвор од ЕУ).
9. Земја или место на потекло.
10. Упатство за употреба или подготовка.
11. Реална алкохолна јачина по волумен, за пијалоците кои што содржат повеќе од 1,2% алкохол.
12. Нутритивна декларација.
13. Лот или сериски број.



Во GS1 Каталогот на GS1 Македонија се внесени сите потребни атрибути како би се задоволите барањата на ЕУ 1169/2011 Регулативата. Бидете подготвени за новите регулаторни барања за пристап на европскиот пазар и приклучете се кон нашиот Каталог, за што последните месеци постојано Ве информираме.

ЕУ РЕГУЛАТИВА 1169/2011 ЗА ИНФОРМИРАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ НА ПРЕХРАНБЕНИ ПРОИЗВОДИ. ШТО ТРЕБА ДА ЗНАЕТЕ?



Целта на ЕУ 1169/2011 Регулацијата за информирање на потрошувачите на прехранбени производи е да се осигура поразбирливо означување на прехранбените производи што допринесува во заштита на здравјето на потрошувачите и го гарантира нивното право за информирање, при што се овозможува носење на најповолните одлуки во врска со купувањето. Регулацијата ЕУ 1169/2011 ги менува постојните законски правила за означување на храната. Во сите земји членки на ЕУ новите правила пропишани со Регулацијата ќе стапат на сила на 13 декември 2014 година.

GS1 стандардите, услугите и решенијата можат да им помогнат на компаниите од прехранбената индустрија да ги задоволат барањата во однос на преносот на информации за производите (во согласност со одредбите за електронска трговија) и обезбедувањето на квалитет на податоците.

ЗАДОЛЖИТЕЛНИ ИНФОРМАЦИИ ЗА ХРАНАТА

Според член 9 од Регулацијата, на ознаките на пакуваната храна мора да се истакнат следните информации за производот:

- 1. името на храната,**
- 2. список на состојки,**
- 3. сите состојки или помошни компоненти во процесот на производство, кои предизвикуваат алергии или нетолерантност, а се користат во процесот на производство или подготовка на храната и кои се присутни во крајниот производ, дури и во изменета форма (листата на супстанции кои предизвикуваат алергии мораат да се нагласени во согласност со оваа регулатива)**
- 4. количеството на одредени состојки или категории состојки,**
- 5. нето количеството на храна,**

6. датумот на минимална трајност или датумот употребливо до
7. посебни услови на чување и / или употреба,
8. име или назив и адреса на операторот со храна под чие компаниско име храната се пласира на пазарот (или, доколку тоа лице нема седиште во ЕУ, увозникот за пазарот на ЕУ)
9. земјата или место на потекло во согласност со член 26,
10. инструкции за употреба или за подготовка, кога во отсуство на такви инструкции нема да биде можна правилна употреба на храната,
11. за пијалаци кои содржат повеќе од 1.2% vol., вистинската алкохолна јачина по волумен,
12. нутритивна декларација,
13. Лот (Правилник за ознаките или знаците кои ги одредуваат сериите или ЛОТ на кои храната припаѓа ("Службен весник на РМ" бр 118/05).

Исто така, корисниците треба да бидат информирани за алергените од точката (в), ако такви алергенси се присутни во храната, која не е претходно спакувана, но се продава во продавници или јавни објекти (на пр. кафулиња и ресторани).



Сите овие информации се содржат во електронскиот каталог на македонски производи на GS1 Македонија.

Со внесување на Вашиот производ во GS1 Каталогот на артикли на македонските компании (www.gs1katalog.mk) Вашиот производ ќе биде чекор поблиску до задоволувањето на барањето на EU 1169/2011 Регулативата.

ЕЛЕКТРОНСКА ПРОДАЖБА

Во член 14. На Регулативата, за пакуваната храна која се нуди на продажба по пат на средства за комуникација на далечина, сите задолжителни информации за храната освен датумот „употребливо до“ мораат да бидат достапни:

- во пропратниот материјал при продажбата на далечина при заклучување на купувањето;
- во моментот на купувањето.

Компанијата под чие име храната се пласира на пазарот треба однапред да ги обезбеди потребните податоци за трговците на мало кои продаваат производи преку интернет (иако тоа не е законска обврска), што овозможува креирање на веб страници кои

ќе ги содржат потребните информации. Внесот на податоците според GS1 Стандардите преку канали препорачани од страна на GS1 Организацијата (види подолу) на соодветен начин ќе загарантира соодветна достапност на податоците.

РАЗМЕНА НА ПОДАТОЦИТЕ ПОМЕЃУ ТРГОВСКИТЕ ПАРТНЕРИ

Според Регулативата, компанијата под чие име храната се пласира на пазарот е одговорна за содржината и точноста на потребните информации. Воедно сите други субјекти, како што се добавувачите кои ги снабдуваат производителите на храна, добавувачите на храна во продажбата на големо и трговијата со храна на мало, имаат одредени одговорности. Затоа треба да се обезбеди ефикасна размена на податоците за производот во синџирот на снабдување. Сите потребни информации за храната предвидени со Регулативата можат да се пренесуваат во облик на податоци дефиниран со GS1 стандардите. Ова е најдобриот можен начин да се обезбеди правилна и точна употреба на сите информации за производите во дистрибутивниот прехранбен синџир.



Освен стандардизирани формати на податоците, GS1 обезбедува и технологија за пренос и рамена на податоци:

- Препорачан механизам за преносот на податоците преку Глобалната Мрежа за Синхронизација на Податоци (GDSN). Добавувачот кој ги внесува податоците во е-каталогот може да обезбеди достапност до податоците за своите трговски партнери кои се поврзани во мрежата, а преносот вклучува и проверка на синхронизираноста на податоците.
- Трговците на мало кои не се поврзани со GDSN можат да добијат информации за производот од интерес за потрошувачите (за разлика од податоците кои се раменуваат помеѓу деловните субјекти) од извори на податоци од доверба познати под називот GS1 Source.
- Во портфолиото на GS1 се наоѓаат и Глобалните Стандарди за Размена на Податоци (EDI). Станува збор за EANCOM® Стандардот и електронската порака Price-Catalogue (PRICAT) која ги вклучува и сите задолжителни податоци дефинирани со Регулативата EU 1169/2011.

КВАЛИТЕТ НА ПОДАТОЦИТЕ

GS1 Македонија нуди услуги кои помагаат да се обезбеди гаранција на високиот квалитет на податоците на производите.

- Рамка за квалитет на податоците: препораките за интерните процеси кои овозможуваат креирање на висококвалитетни матични податоци.
- GS1 Каталог – централизирана база на податоци на македонските компании (производители и дистрибутери), каде сите внесени податоци се во формат по GS1 стандардите.



УПРАВУВАЊЕ СО ПРОМЕНЕТЕ НА ПРОИЗВОДИТЕ

Потешкотии се јавуваат кога промените на прехранбените производи бараат и промена на задолжителните податоци истакнати на етикетите. Во таквите случаи, старата и новата верзија на производот одреден период ќе бидат истовремено присутни во синџирот на снабдување. Во тој преоден период, трговецот на мало не може да знае дали верзијата на производот нарачан преку интернет ќе биде достапен на интернет страницата преку која е порачан во времето на превземање на нарачката.



Според правилата и препораките на GS1, значителните промени на производот налагаат и доделување на нов GTIN со што се зголемува можноста трговецот да може да обезбеди достапност на исправната верзија на производот во моментот да превземањето. Во случај нарачаната верзија да не е достапна трговецот ќе направи преглед на верзијата која ќе му ја понуди на потрошувачот и ќе го извести за евентуалните разлики помеѓу двете верзии.

Меѓутоа, помалите промени на задолжителните податоци регулирани со Регулативата не налагаат и доделување на нов GTIN за производот. Во овој случај, продавачот нема да биде во можност на местото на превземање на производот да направи разлика меѓу старата и новата верзија како што е тоа можно со помош на различни GTIN-ови. Според тоа, во ваквите случаи треба да продолжи примената на постојните правила за доделување на GTIN.

Контролите на процесите или "рачни" интервенции можат да ги намалат фреквентните несогласувања меѓу нарачаните и испорачаните верзии на производи, а телата одговорни за спроведување на прописите би можеле да дозволат одредени отстапувања во текот на периодот на транзиција од старата во новата верзија, иако тоа може да предизвика



отстапување од строгата интерпретација на Регулативата. Доделувањето на нови GTIN-ови за секоја мала промена ќе резултира со трошоци, грешки и неефикасност, што може да им наштети на интересите на потрошувачите.

Важно е да се нагласи дека GTIN нема да се менува во случаи на мали промени (прочитајте повеќе во Правила за Доделување на GTIN). Но, доколку разликите во верзиите

можат да наштетат врз здравјето на потрошувачот, новата верзија мора да добие нов GTIN по кој ќе се разликува од старата верзија. Сопственикот на трговската марка одлучува дали GTIN-от ќе се менува или не.

ИДНО РЕШЕНИЕ

GS1 подготвува нови начини на работа кои во иднина ќе овозможат олеснето правење на разлика меѓу верзиите на производот без прекин во синџирот на снабдување. Новата метода предвидува користење на дополнување на GTIN-от со код за идентификација на верзијата. GTIN-от заедно со дополнителниот код за означување на верзијата формираат бар код кој може да се користи при превземање на производот кој потрошувачот го нарачува преку интернет, со две опции: превземање на нарананата верзија, или доколку таа верзија на производот не е достапна, тогаш верзијата која се испорачува ќе биде прикажана како замена.

Овој нов начин на работа постепено ќе се воведува. Производителите и трговците на мало ќе треба да ги репрограмираат нивните системи за да можат да ги обработат новите бар кодови.

Исто така, опремата на малопродажните места ќе треба да биде приспособена за скенирање за нови бар кодови, така што трговците на мало треба да направат надградба или замена на постојната опрема. Се очекува дека почитувањето на строгото толкување на член 14 од Регулативата, со тек на време ќе стане поедноставно, благодарение на примената на кодовите за идентификација на верзиите.



GS1 Каталог - Ваш извор на квалитетни податоци

Почитувани,

Со гордост Ве известуваме дека GS1 Македонија изработи по светски GS1 стандарди свој сопствен GS1 Каталог за артикли на македонските производители, дистрибутери и маркети. Целта на овој Каталог е да биде извор од доверба на квалитетни, точни и сигурни податоци за производите, од што ќе имаат полза сите учесници во синџирот на снабдување во Република Македонија. GS1 Македонија во соработка со своите членки активно го пополнува Каталогот. Голем број на македонските бренд компании веќе започнаа да ги поставуваат своите производи во него.

Очекувани бенефити за сите наши членки (без оглед на големина и дејност) кои ќе се приклучат на овој GS1 Каталог:

- Заштеда на време и пари;
- Светска промоција на Вашата компанија;
- Маркетиншко претставување на Вашиот произведен програм, опишан по глобално прифатените GS1 стандарди;
- Зголемена видливост и достапност на Вашите производи;
- Јакнење на сопствениот бренд;
- Усогласување со европското законодавство и со Регулативата EU 1169/2011 за on-line продажба на прехранбени продукти, која стапува на сила од декември 2014 година;
- Приближување кон европските и светските трендови за електронска промоција на македонските производи;
- Олеснување на размена на податоците во стандардизирана форма помеѓу купувачите и добавувачите;
- Компаниите заштедуваат време и пари преку автоматско известување на маркетите за своите производи кои ги внесуваат во Каталогот;
- Дистрибутивните куќи и маркетите ќе може да ги добиваат податоците од своите добавувачи во структуриран начин и стандардизирана форма и истите да ги користат автоматски во нивниот систем;
- Маркетите ќе добиваат ажурирани дневни извештаи преку GS1 Каталогот, бидејќи сите нововнесени производи во текот на еден работен ден, во вид на извештаи ќе бидат автоматски испраќани до маркетите, со што тие ќе имаат комплетен увид за се што е внесено во Каталогот во изминатите 24 часа;
- Малите компании без информациона системи, ќе може да го користат електронскиот GS1 Каталог за менаџирање на податоците за своите производи.

Каталогот е достапен преку www.gs1katalog.mk и www.katalog.com.mk. Одвојте 5 минути од Вашето време и погледнете го Каталогот. Бидете чекор напред пред својата конкуренција и приклучете се кон македонскиот GS1 Каталог и уверете се во неговата полезност и придобивките што ќе ги добиете. Тимот на GS1 Македонија Ви стои на располагање за помош и дополнителни информации.

Со надеж за успешна соработка Ве поздравува,
Слаѓана Милутиновиќ,

С. Милутиновиќ

Извршен директор на GS1 Македонија

Компаниите може да разменуваат податоци за 15 милиони производи преку GDSN

Со континуираниот раст во последните години GDSN ја достигна бројката од 15 милиони трговски единици

Брисел, Белгија, 22 септември 2014 - GS1 глобалната организација, која ги развива и одржува светски распространетите стандарди во дистрибутивниот синџир, објави денес дека GS1 Глобалниот регистар содржи 15 милиони податоци за производите. Глобалниот регистар е директориум, кој го користи GS1 и преку кој компаниите ги синхронизираат стандардизирани податоци за производите меѓу трговските партнери. GS1 Глобалниот регистар и е основната алатка во рамките на Глобалната мрежа за синхронизација на податоците (GDSN).

“Зголемената брзина за рекламирање, подобрената точност и ефикасност на дистрибутивниот синџир беа главните причини за прифаќање на глобалната синхронизација на податоците. GDSN не значи само дека компаниите и нивните трговски партнери ќе ги користат истите податоци, туку и дека квалитетот на податоците е на високо ниво кое е потребно во дистрибутивниот синџир” - Roman Соба, Главен информатички директор во McCain Foods Limited.

Кога GS1 прв пат го стартуваше GDSN во октомври 2004 година, се разменуваа 74.000 податоци за производите меѓу трговски партнери од 13 земји во Глобалниот регистар. Денес над 25.000 компании го користат GS1 GDSN како основен елемент во сите нивни операции во дистрибутивниот синџир во повеќе од 150 земји во многубројните индустриски сектори. GDSN се користи и во нови бизнис процеси, кои не можеле да бидат предвидени пред 10 години, што е потврда дека корисниците во Глобалната мрежа за синхронизација на податоците ги имплементираат GS1 стандардите за нови процеси, како што е почитувањето на регулативите. Откако бројот на податоци за производите достигна 10 милиони во 2012 година, се забележа брз пораст на користење на глобалната синхронизација на податоците во здравствениот сектор со внесувањето на 1 милион производи во Глобалниот регистар (поголем дел од податоците се однесуваат на медицински помагала, како дел од FDA правилото за уникатна идентификација на медицински помагала). Организациите кои ја имплементираа оваа нова технологија имаат зголемена достапност на залихите, поефикасна логистика, корисничка услуга и менаџирање на инвентарот, како резултат на намалениот број на неусогласеноста во дистрибутивниот синџир и подобрување на точноста на податоците за производите.

“15 милионитиот производ претставува потврда на растечкиот успех на GDSN, но и демонстрација на важноста на стандардите за квалитетот на податоците, кои забрзано се прифаќаат на глобално ниво. Во последните две години многу организации ги препознаа бенефитите од прифаќање на GDSN во нивните бизнис процеси, што го потенцира успехот на GS1 стандардите.” - Miguel Lopez, Главен извршен директор на GS1 GO.

Тргувајќи од 15 милионитиот производ како историско обележје, во иднина GS1 експертите очекуваат зголемено користење на GDSN во повеќе различни индустрии (здравство, трговија на мало, свежа храна,...), како и зголемена потреба од податоци за тоа како производот се доставува до маркетите, инструкции за употреба и користење, атрибути за следливост, нутритивни информации, класификација и регулаторни параметри. Потребата од поголема видливост на податоците, како што се нутритивните информации и спецификацијата на податоците ќе се зголеми експоненцијално, со цел да се задоволат барањата на регулаторите, потрошувачите, како и растот на електронската трговија. Прифаќањето на индустриски стандардно решение како што е GDSN, може да ги задоволи сите тие барања.

Што е GDSN?



GDSN е Глобална мрежа за синхронизација на податоци. Изградена е врз основа на GS1 глобалниот регистар (GS1 Global Registry, GS1 системот за квалитет на податоци (Data Quality Framework) и GS1 глобалната класификација на производи (Global Product Classification), кои кога ќе се комбинираат, даваат моќна и сигурна алатка за континуирана и непрекината синхронизација на точни податоци за производите.

Континуираната и непрекината синхронизација со точни податоци има и свои бенефити:

- Поедноставување и забрзување на деловните процеси
- Се подобрува точноста на нарачките
- Бројот на документи кои треба да се пополнуваат се намалува
- Се минимизираат двојните системи и процеси
- Доказан начин за отстранување на непотребните трошоци во синџирот на набавка

Глобалната мрежа за синхронизација на податоци (GDSN) ги поврзува трговците на мало и добавувачите, преку избрани податочни базени со GS1 Глобалниот регистар. GDSN-сертифицирани податочни базени се интероперабилни електронски каталози за стандардизација на матичните податоци за производите, со кои се овозможува креирањето на глобалната мрежа за синхронизација преку размената на податоците меѓу овие електронски каталози.

GS1 Глобалниот регистар е “информативен директориум” за GDSN, кој содржи податоци за тоа кој се претплатил за добивање на информации за трговските единици или компании, гарантира уникатно регистрирање на трговските единици и компании и се грижи и обезбедува сите електронски каталози во мрежата да бидат стандардизирани според дефинираните правила на валидација.

GDSN мрежата континуирано се развива и се користи од стотици илјади производители, дистрибутери и потрошувачи. Членството во Глобалниот регистар покрива голем број на сектори во Северна Америка, Јужна Америка, Европа и Азија.



Сихронизација на податоците (GDSN)



Квалитет на податоците (DQF)



Класификација на производите (GPC)

За да се овозможи точна и униформна класификација на производите, во GDSN системот се користи Глобалната класификација на производите (Global Product Classification – GPC), преку која им се овозможува на сите трговски партнери во дистрибутивниот синџир заеднички начин на групирање на производите секаде во светот независно од јазичните бариери. GPC класификацијата е бесплатна и достапна без ограничување. Класификацијата преку GPC се врши преку хиерархија од 4 нивоа:



Како функционира GDSN?

Во внатрешноста на оваа мрежа, трговските единици се идентификуваат со единствена комбинација на GS1 идентификационите клучеви познати како Глобален трговски идентификационен број (GTIN) и Глобален локациски број (GLN).

Постојат пет едноставни чекори кои им дозволуваат на трговските партнери да извршат синхронизација на податоците за трговските единици, локацијата и цената:



- 1. Внесување податоци:** Продавачот ги регистрира информациите за производот и компанијата во својот електронски каталог.
- 2. Регистрирање на податоците:** Мала подгрупа од ови податоци се испраќа до GS1 глобалниот регистар.
- 3. Барање за претплата:** Купувачот преку својот електронски каталог врши претплата за добивање на информации кои ги објавува продавачот.
- 4. Објавување на податоци:** Електронскиот каталог на продавачот ги доставува бараните информации до електронскиот каталог на купувачот.
- 5. Потврда за приемот на податоците:** Купувачот испраќа информација до продавачот преку својот компаниски електронски каталог, кој го информира добавувачот за акцијата која ја превзел трговецот на мало врз основа на добиената информација.



GDSN во компанијата “Кока-Кола”



Како еден од начините да се избегнат недоследностите во податоците и да се овозможи континуиран економски развој, компанијата “Кока-Кола” го прифати GDSN – от во нивното деловно работење, како фокус во кампањата “Нови начини да работиме заеднички”. Целта на прифаќањето на GDSN е да се овозможи синхронизација на податоците на целата територија на САД, особено во активностите на директна достава во продавниците и соработката со складилиштата во САД и Мексико. Последните месеци се прават обиди синхронизацијата на податоците да се воведат и да се започне со користење и на територијата на Европа.

P&G: Употреба на GDSN во 13 земји

P&G (Procter&Gamble) синцирот продавници започна да го употребува GDSN во 13 земји. Имплементацијата на GDSN во P&G синцирот на продавници се одвивал во три етапи: Прво, се обезбедиле потребните средства и капацитетите за глобална синхронизација на податоците; Второ, достава на податоци со висок квалитет (навремено синхронизирани и проверени за грешки) и трето, поврзување со потрошувачите и воочување на бенефитите.

P&G ја користи E2E иницијативата за матични податоци за трансформација на нивното менаџирање на тежините и димензиите. Целта е информациите за тежината и димензиите кои му се понудени на потрошувачот да бидат вистинските димензии и мерки на производот (со одреден праг на толеранција). Имајќи точни информации за тежините и димензиите резултираше во подобрени бизнис бенефити за P&G и за мрежата на трговци на мало.



“Квалитетот на нашите матични податоци, кои што ги споделуваме со нашите внатрешни и надворешни потрошувачи и кои што ги користиме во нашето деловно работење, е значаен за успехот на P&G, како и за квалитетот на нашите пакувања и самите производи.”

Simon Glass, P&G

Бенефити за P&G:

- Елиминирање на дупликат процеси за мерење на производите
- Подобрено искористување на товарот
- Намалување на трошоците, поради елиминирање на потребата од дополнителни повторни мерења.

Бенефити за трговците на мало:

- Елиминирање на процесите за мерење и дополнителните трошоци
- Оптимизација на дистрибуционата мрежа (на пр. Wegmans успеал да го зголеми капацитетот на пренос на товар за 18% со користење на точни тежини и димензии).

P&G планира во иднина да ја комплетира програмата за подобрување на точноста на податоците најпрво во Северна Америка, а потоа да ја имплементира и во другите региони (Европа, Јужна Америка и Азија).

GDSN во SUPERVALU

SUPERVALU моментално синхронизира 200.000 GTIN-ови помеѓу 610 набавувачи, од кои 550 набавувачи синхронизираат 100% од нивните производи. Тоа претставува 60% од целокупниот волумен на производи, кои ги набавува SUPERVALU.

Со користењето на GDSN фокусот се поместува на податоците кои се “зависни од заемната врска меѓу компаниите”.

Стратегиите за проширување на SUPERVALU опфаќаат вклучување на Albertsons во активностите за синхронизација на податоците; проширување на бројот на употребливи категории во нивниот дистрибутивен синџир за да бидат опфатени сите месни, млечни, пекарски бренд компании и овозможување на синхронизација на податоците при директна достава во продавниците.

SSUPERVALU потенцира дека квалитетот на податоците е клучен и дека погрешните податоци предизвикуваат значајни последици. Тие веруваат дека информациите за димензиите и тежините се значајни – но само како почетна етапа.

“Ние го фокусираме целосниот иден развој околу GDSN како извор на сите податоци од набавувачите.”

Greg Zwanziger

Комплетност на податоците исто така е од непроценлива важност. За да се овозможи целосна синхронизација на податоците, компаниите мора да соработуваат на повисоко ниво отколку она наложено со минималните побарувања. Повеќето набавувачи испраќаат минимален број на атрибути (30 атрибути) за производ.

GDSN му овозможи на SUPERVALU да обезбеди значајно подобрен квалитет на податоците во зависност од рачните формулари, елиминација на повеќекратното рачно внесување на податоците и добивање на податоци кои претходно не биле користени во деловното работење.

100% електронски трансфер на податоци: GDSN и GPC во Carrefour

Carrefour во 2008 година воспостави правило дека секој



набавувач мора да биде способен електронски да трансферира 100% од податоците кои му се потребни на Carrefour преку еден од трите начини:

1. Веб форми – On-line форма преку која набавувачите ги внесуваат своите податоци.
2. Peer-to-peer (директен проток на информации) – Директно пренесување на податоците меѓу трговските партнери; датотеките се во претходно дефиниран формат.
3. Глобална синхронизација на податоците: Објавување на информациите за производите во податочни базени од набавувачот.

Внатрешна стандардизација: GPC во Best Buy

Best Buy соработува со 13 набавувачи со користење на GDSN и GPC, што претставува зголемување од 8 набавувачи од 2008 година кои што ги испраќале своите податоци со користење на GDSN. Оваа листа продолжува да расте експоненцијално во текот на оваа година. Best Buy ја прифатил Глобалната класификација на производите (Global Product Classification – GPC) и ги правил потребните промени за мапирање на нивната постоечка хиерархија на класификација на податоците да биде конзистентна со GPC.

Најзначајната употреба на GPC во Best Buy е за класификација на новите производи во соодветна интерна категорија во нивниот PIM систем. Преку GPC категоријата, која се добива преку GDSN, Best Buy може да изврши внатрешна класификација на новите производи.

Во иднина Best Buy планира да продолжи со следењето на промените во GPC и GDSN и навремено правење на корекции и имплементации на новостите.

GPC во Wal-Mart

Интересот на Wal-Mart за GPC е во врска со можноста купувачите да изберат (преку


GDSN) за која група (категорија) на производи се заинтересирани.



“Бенефитите од користењето на GPC и GDSN се огромни и овозможуваат стандардизацијата не само интерно во компанијата, туку и интернационална стандардизација.”

Patricia Vessey





Преку класификацијата на производите преку GPC се одговараат низа прашања од типот: Каде треба да бидат поставени производите? Кои производи треба да се прикажуваат заедно?, итн..

Преку користењето на атрибутите на производот може да се заклучи зошто некои производи се подобри од другите. На пример, зошто течните детергенти имаат подобри карактеристики од прашестите, или дали конзервираното овошје се продава подобро ако е пакувано со обичен или со послаб сируп. Атрибутите на производот се користат за извештаи и анализа во бизнис интелегенцијата за групи производи; планирање и одредување на буџет; одредување на начини на набавка на роба; начини на рекламирање; исполнување на клучни иницијативи на компанијата, како што се менаџирање на цените и одржливост на производите.

Помалку од 10% од производите во Wal-Mart имаат валиден GPC код. Причина за тоа се старите податоци за производите, додека пак новите податоци кои што се испратени преку GDSN во 75% од случаите имаат валиден GPC код.



GS1 Каталог

Ваш извор
на квалитетни
податоци

Нова услуга за сите читатели на GS1 е-ИНФО

Со огромно задоволство Ве информираме за новите услуги кои им ги овозможуваме на сите читатели на е-ИНФО на GS1 Македонија. Како резултат на искажаниот интерес на нашите читатели, GS1 Македонија воведува две нови услуги во рамките на нашето електронско месечно списание е-ИНФО и тоа:

- Рекламирање во рамките на електронското списание е-ИНФО и
- Поддржувач на GS1 Македонија

Рекламирање во рамките на електронското списание е-ИНФО



Пример на реклама во рамките на е-ИНФО

Сите компании добиваат можност за рекламирање на своите услуги во електронското списание е-ИНФО на GS1 Македонија кое секој месец се доставува до повеќе од 3000 маил адреси на деловни субјекти од сите производни и непроизводни сектори во Република Македонија. Рекламирањето може да биде во вид на реклама (слика со текст) со максимална големина A4 или комерцијален текст од една странца, A4 формат. Рекламата или комерцијалниот текст во целост е изработен од Ваша страна според претходно максимално дефинираните големини и истиот го доставувате во било кој формат за објава до GS1 Македонија.

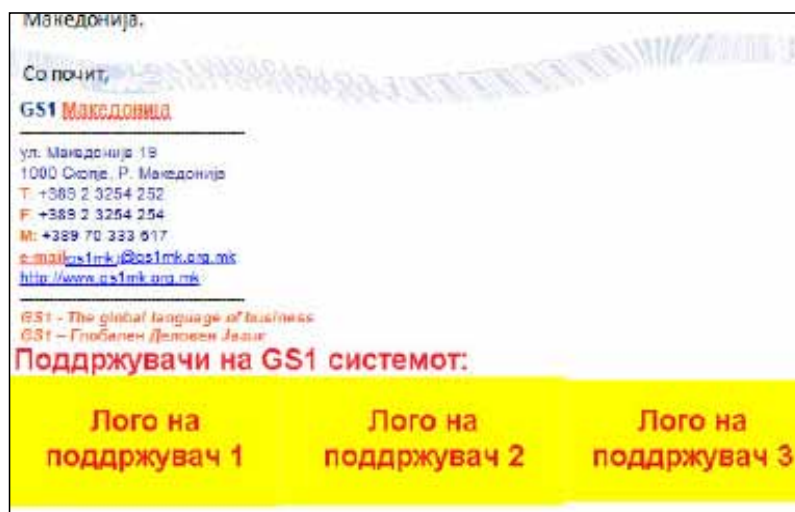
Ценовник за рекламирање во е-ИНФО:

- 1 објава - 1.000 ден + 18% ДДВ
- 3 објави - 2.700 ден + 18% ДДВ
- 12 објави - 10.000 ден + 18% ДДВ

Поддржувач на GS1 Македонија

Оваа услуга е достапна за сите деловни субјекти читатели на GS1 Македонија во времетраење од 12 месеци од денот на стекнување на статус на поддржувач на на GS1 Македонија. Деловниот субјект корисник на оваа услуга добива:

- 12 рекламирања во рамките на електронското списание е-ИНФО,
- 6 комерцијални newsletters до над 3000 нашите членки и читатели на е-ИНФО,
- банер на веб страната на GS1 Македонија во делот на поддржувачи на GS1 системот,
- бесплатна консултација во просториите на GS1 Македонија,
- лого (банер) на деловниот субјект во рамките на електронскиот потпис на службениот маил на GS1 Македонија (gs1mk@gs1mk.org.mk) кој што се користи во секојдневната комуникација на GS1 Македонија.



Лого на деловен субјект во електронскиот потпис на GS1 Македонија

Цената на оваа услуга е 30.000 ден + 18% ДДВ за 12 месеци