

Zasady oznaczania kodami GS1 kuponów rabatowych, bonów wartościowych i kart rabatowych

Rozwiązania krajowe



Spis treści

Wprowadzenie	3
Kupony rabatowe	3
Kupony a stawki podatku VAT	4
Data ważności kuponu	4
Zasady tworzenia kuponów, kart rabatowych oraz bonów wartościowych	4
Identyfikacja kuponów GS1 dla dystrybucji o ograniczonym zasięgu geograficznym (prefiks GS1 99)	4
Kwota upustu przypisana jest do numeru kuponu, a struktura pola danych kuponu jest ustalana zgodnie z potrzebami danego rynku.	4
Identyfikacja kuponów przez producentów (na ich własne produkty krajowe) - prefiks 990	5
Identyfikacja kuponów przez organizatorów promocji - prefiks 991	5
Identyfikacja kuponów rabatowych z wartością upustu - prefiks 992	6
Identyfikacja kuponów rabatowych dla obiegu wewnętrznego - numer wewnętrzny, określany przez firmę wydającą kupon do użytku własnego	6
Znakowanie kuponów rabatowych z wartością upustu - prefiks 995	6
Kupony GS1 stosowane we wspólnym obszarze waluty (GS1)	7
Bony wartościowe	8
Znakowanie bonów wartościowych - numer bonu nadawany przez firmę wydającą bon i wartość bonu	8
Karty rabatowe	8
Znakowanie kart rabatowych stosowanych w obrocie otwartym	8
Znakowanie kart stałego klienta stosowanych w obrocie zamkniętym	9

Wprowadzenie

Międzynarodowy system znakowania towarów kodami kreskowymi GS1, obok jednoznacznej w skali świata identyfikacji towarów, przedsiębiorstw i usług obejmuje także identyfikację kuponów rabatowych i bonów wartościowych.

Do kodowania kuponów, kart rabatowych i bonów wartościowych organizacja GS1 zarezerwowała prefiks 99. Identyfikacja kuponów jest zorganizowana na poziomie krajowym i dlatego nie jest ona jednoznaczna na całym świecie.

Obowiązujące w danym kraju zasady znakowania kuponów i bonów ustala organizacja krajowa GS1. W Polsce funkcję tę pełni GS1 Polska z siedzibą w Poznaniu.

Kupony rabatowe

Kupony rabatowe uprawniają do jednorazowej zniżki przy zakupie jednego określonego towaru, którego ten kupon dotyczy np. jedno opakowanie określonej kawy o masie 250 gr. Jeżeli klient posiada kilka kuponów na dany produkt, to aby je wszystkie zrealizować musi kupić tyle samo sztuk produktu objętego promocją. Kupon rabatowy jest zatem związany z towarem.

Koszty promocji kuponowej ponosi zazwyczaj producent, którego firmy rozliczeniowe obciążają na podstawie udokumentowanych danych o wartości wykorzystanych kuponów, uzyskanych ze sklepów. Należność jest następnie przekazywana sklepom.

Kupon jest kwitem, który może zostać wykupiony w punkcie kasowym za wartość gotówkową lub darmowy towar. **Określenie struktury danych na kuponie należy do organizacji krajowych na terenie objętym ich działalnością.**

Celem numerowania kuponów i oznaczania ich symbolem kodów kreskowych jest automatyzacja i usprawnienie procedur obsługi kuponów w punkcie kasowym.

Ponadto, wydawcy kuponów i detaliści zyskują możliwość obniżenia kosztów związanych z sortowaniem kuponów, administrowaniem płatnościami producentów i tworzeniem raportów dotyczących wykupu.

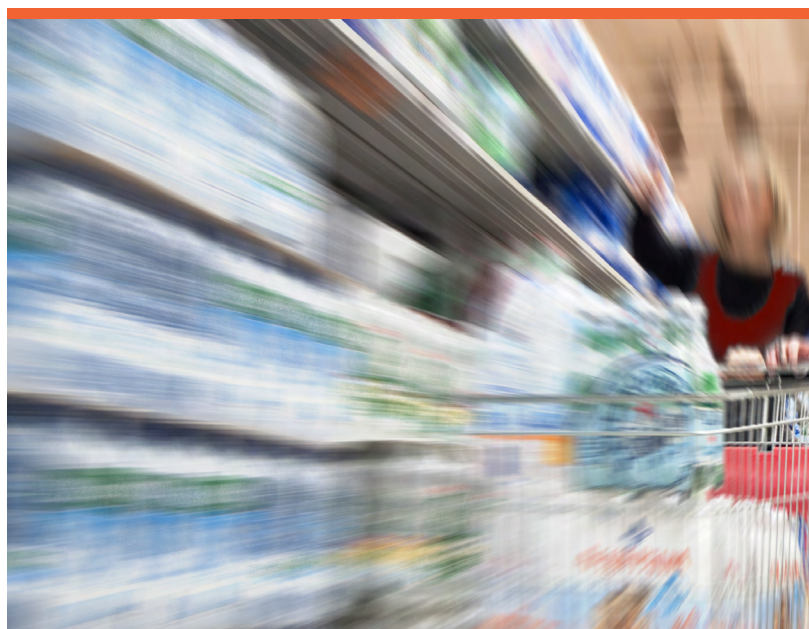
Wszystkie przedstawione tutaj standardy GS1 dotyczące kuponów uwzględniają "walidację kuponów", tj. sprawdzenie, czy towary, na które dany kupon został wystawiony znajdują się w zamówieniu klienta.

Jeżeli prowadzona jest walidacja lub sprawdzanie wartości, to producenci muszą poinformować swoich dystrybutorów i detalistów o nadchodzącej edycji kuponów, aby umożliwić detalistom uaktualnienie ich baz danych, co z kolei pozwoli im przetwarzać te informacje w punkcie kasowym.

Numer kuponu GS1 jest stosowany do kodowania kuponów promocyjnych przez producentów i detalistów, a także bonów o wartości pieniężnej, takich jak: bony na podarunki, książki, płyty, bony żywnościowe, bony obiadowe, bony pomocy społecznej itp.

Struktura numeru kuponu GS1 zapewnia unikalność w stosunku do wszystkich innych numerów GS1 tylko wówczas, kiedy jest stosowany w obrębie obszaru walutowego danej organizacji krajowej.

Obowiązek określenia struktury numerów spoczywa na każdej organizacji krajowej.



Kupony a stawki podatku VAT

Każdy kupon powinien być ściśle przyporządkowany do określonego rodzaju towaru, co umożliwi przypisanie mu odpowiedniej stawki VAT, na takiej samej zasadzie jak przypisuje się ją do poszczególnych towarów.

Data ważności kuponu

W systemie kasowym przy danym numerze kuponu można umieścić żądanie wprowadzenia daty jego ważności. Program powinien codziennie porównywać datę ważności kuponu z datą bieżącą. Jeżeli daty te zgadniają się, to związany z nią numer kuponu powinien zostać automatycznie usunięty z systemu. Jeżeli kasa nie daje takich możliwości, to należy przewidzieć konieczność automatycznego lub ręcznego usuwania numeru kuponu po upływie określonego terminu jego ważności.

Zasady tworzenia kuponów, kart rabatowych oraz bonów wartościowych

Z powodu specyfiki numerowania kuponów, istnieje cała gama rozwiązań krajowych, definiowanych przez właściwe organizacje krajowe GS1. Krajowe rozwiązania dotyczące kuponów nie są unikalne w skali świata i muszą być stosowane na ograniczonym obszarze określonym przez organizację krajową GS1.

Szczegółowa metoda przydzielania numerów referencyjnych kuponów GS1 pozostaje w gestii nadającej je organizacji. Jednakże numer kuponu musi pozostać unikalny dla każdej oddzielnej promocji.

Dla ułatwienia administracji, GS1 zaleca, aby numery referencyjne kuponów były przydzielane narastająco.

Do znakowania kuponów rabatowych i bonów wartościowych uruchomiono następujące struktury kodów:

- dla kuponów rabatowych **wydawanych przez producentów** na produkty krajowe (bez wartości zawartej w kodzie kreskowym),
- dla kuponów rabatowych **wydawanych przez organizatorów** promocji na towary krajowe i zagraniczne (z wartością zawartą w kodzie kreskowym),
- dla kuponów rabatowych **wydawanych przez organizatorów** promocji na produkty krajowe i zagraniczne (bez wartości zawartej w kodzie kreskowym),
- do użytku wewnętrznego w firmie,
- dla bonów wartościowych.

oraz dwa rozwiązania dodatkowe z innym prefiksem niż pozostałe:

- do oznaczania kart rabatowych w obrocie krajowym i międzynarodowym,
- do oznaczania kart stałego klienta.

Identyfikacja kuponów GS1 dla dystrybucji o ograniczonym zasięgu geograficznym (prefiks GS1 99)

Prefiks GS1 firm przydziela GS1 Polska na ogólnie obowiązujących zasadach dla wszystkich firm, oznaczających swoje towary kodami kreskowymi.

Jeżeli zatem firma, która wydaje kupony rabatowe jest już Uczestnikiem Systemu GS1, może po prostu wykorzystać posiadany już Prefiks GS1 firmy, a jeżeli nie - musi się po niego zgłosić.

Kwota upustu przypisana jest do numeru kuponu, a struktura pola danych kuponu jest ustalana zgodnie z potrzebami danego rynku.

Obowiązkowym elementem struktury kuponu jest numer nadawcy oraz numer referencyjny kuponu. Innymi użytecznymi danymi mogą być: wartość zniżki, w rzeczywistym lub zakodowanym formacie z dokładnością do wartości dziesiętnych oraz należnego podatku.

Każdemu numerowi referencyjnemu przypisana jest również określona kwota upustu i rodzaj towaru, dla którego udziela się rabatu. Towar ten musi być ściśle określony na takim samym poziomie szczegółowości jak przy oznaczaniu go numerem GTIN.



O warunkach promocji obowiązujących w przypadku każdego numeru referencyjnego kuponu należy poinformować sklepy sprzedające dany towar z wykorzystaniem kuponów rabatowych, aby umożliwić im wprowadzenie kwot upustów do ich systemów komputerowych.

Podobną procedurę stosuje się przy wprowadzaniu do sprzedaży nowych towarów oznaczonych kodami kreskowymi.

W przypadku kuponów stosuje się standardowe zasady obliczania cyfry kontrolnej. Jej weryfikacja, przeprowadzana automatycznie przez czytnik kodów kreskowych zapewnia, że dane są zgodne z zasadami weryfikacji.

Identyfikacja kuponów przez producentów (na ich własne produkty krajowe) - prefiks 990

Prefiks	Dane kuponu (prefiks firmy nadawany przez GS1 Polska + numer referencyjny kuponu)	Cyfra kontrolna
990	J1 J2 J3 J4 N1 N2 N3 N4 N5	K
990	J1 J2 J3 J4 J5 N1 N2 N3 N4	K
990	J1 J2 J3 J4 J5 J6 N1 N2 N3	K
990	J1 J2 J3 J4 J5 J6 J7 N1 N2	K
990	J1 J2 J3 J4 J5 J6 J7 J8 N1	K

gdzie:

J1 - J8- Prefiks GS1 firmy (bez 590)

N1 - N5 - numer referencyjny kuponu

K - cyfra kontrolna

Identyfikacja kuponów przez organizatorów promocji - prefiks 991

Prefiks GS1 firmy wydającej kupony przydziela GS1 Polska. Kwota upustu przypisana jest do numeru kuponu.

Każdemu numerowi referencyjnemu przypisana jest również określona kwota upustu i rodzaj towaru, dla którego udziela się rabatu. Towar ten musi być ściśle określony na takim samym poziomie szczegółowości jak przy oznaczaniu go numerem GTIN.

O warunkach promocji obowiązujących w przypadku każdego numeru referencyjnego kuponu należy poinformować sklepy sprzedające dany towar z wykorzystaniem kuponów rabatowych, aby umożliwić im wprowadzenie kwot upustów do ich systemów komputerowych. Podobną procedurę stosuje się przy wprowadzaniu do sprzedaży nowych towarów oznaczonych kodami kreskowymi.

Prefiks	Dane kuponu (prefiks firmy nadawany przez GS1 Polska + numer referencyjny kuponu)	Cyfra kontrolna
991	F1 F2 F3 Fv4 N1 N2 N3 N4 N5	K
991	F1 F2 F3 F4 F5 N1 N2 N3 N4	K
991	F1 F2 F3 F4 F5 F6 N1 N2 N3	K
991	F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 N1 N2	K
991	F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 N1	K

gdzie:

F1 - F8 - Prefiks GS1 firmy (bez 590)

N1 - N5 - numer referencyjny kuponu

K - cyfra kontrolna

Identyfikacja kuponów rabatowych z wartością upustu - prefiks 992

Struktura ta przeznaczona jest do kodowania kuponów rabatowych na otwartym rynku, bez konieczności zawiadomiania poszczególnych sklepów przez organizatora akcji promocyjnej. Aby umożliwić udzielenie rabatu na podstawie kuponu przedstawionego przez klienta, należy wprowadzić odpowiednie dane do pamięci kasy.

Jeżeli kupon nie jest jeszcze wprowadzony do systemu kasowego sklepu, kasjer skanuje znajdujący się na nim kod kreskowy, wywołując tym w kasie reakcję żądania wprowadzenia kodu towaru, z którym kupon jest związany. Oczywiście, najpierw kasjer powinien sprawdzić, czy kupon jest ważny, tzn. czy nie minęła już data zakończenia promocji nadrukowana na kuponie.

Prefiks	Dane kuponu (numer kuponu nadawany przez firmę wydającą kupon i wartość upustu)	Cyfra kontrolna
992	W 1 W 2 W 3 W 4 W 5 W 6 U U , U	K

gdzie:

W1-W6 - numer indywidualny kuponu nadawany przez firmę wydającą kupon z puli numerów przydzielanej przez GS1 Polska. Pula ta może wynosić 100 lub 1000 numerów w zależności od potrzeb firmy wydającej (możliwe jest również przydzielenie kilku puli, jeżeli takie będą potrzeby firmy)

UU,U - wartość upustu

K - cyfra kontrolna

Identyfikacja kuponów rabatowych dla obiegu wewnętrznego - numer wewnętrzny, określany przez firmę wydającą kupon do użytku własnego

Numer ten przeznaczony jest wyłącznie do użytku wewnętrznego w firmie, która określa jego strukturę.

Prefiks	Dane kuponu (numer wewnętrzny, określany przez firmę wydającą kupon do użytku własnego)	Cyfra kontrolna
993	X 1 X 2 X 3 X 4 X 5 X 6 X 7 X 8 X 9	K

gdzie:

X1-X9 - cyfry definiowane przez daną firmę

K - cyfra kontrolna

Znakowanie kuponów rabatowych z wartością upustu - prefiks 995

Prefiks	Dane kuponu (numer kuponu nadawany przez firmę wydającą kupon i wartość kuponu)	Cyfra kontrolna
995	W 1 W 2 W 3 W 4 W 5 W 6 U , U U	K

gdzie:

W1-W6 – numer kuponu nadawany przez firmę wydającą, która wydaje kupon z puli numerów przydzielanej przez GS1 Polska. Pula ta może wynosić 100 lub 1000 numerów w zależności od potrzeb firmy wydającej (możliwe jest również przydzielenie kilku puli, jeżeli takie będą potrzeby firmy)

U,UU – wartość upustu

K – cyfra kontrolna

Kupony GS1 stosowane we wspólnym obszarze waluty (GS1 Prefiks 981, 982 i 983)

W przypadku kuponów, których zakres obrotu obejmuje obszar wspólnej waluty, organizacje krajowe GS1, powinny wypracować wspólne rozwiązanie dotyczące oznaczania kuponów, które będzie obowiązywało na całym tym obszarze.

Prefiksy 981, 982 i 983 zostały przeznaczone do oznaczania kuponów z przedstawieniem wartości we wspólnej walucie EURO.

Struktura pola danych kuponu jest ustalana zgodnie w potrzebami danego rynku. Obowiązkowym elementem struktury kuponu jest numer nadawcy oraz numer referencyjny kuponu. Innymi użytecznymi danymi mogą być: wartość zniżki, w rzeczywistym lub zakodowanym formacie z dokładnością do wartości dziesiętnych oraz należnego podatku.

Przyjęto następujący międzynarodowy standard GS1 do numerów kuponów dla wspólnej waluty.

Prefiks GS1	Dane kuponu (struktura określana w uzgodnieniu z GS1)			Cyfra kontrolna
981	$Y_1 Y_2 Y_3 Y_4$	$R_1 R_2$	E E, E	C
982	$Y_1 Y_2 Y_3 Y_4$	$R_1 R_2$	E, E E	C
983	$Y_1 Y_2 Y_3 Y_4$	$R_1 R_2$	E, E E	C

gdzie:

Y = Nadany numer wydawcy kuponu (przydzielany przez organizację krajową GS1).

R = Numer referencyjny kuponu (nadawany przez wydawcę kuponu).

E = Wartość wykupu (wyrażona w euro). Wartość '000' oznacza darmowy dodatek.

C = Cyfra kontrolna obliczana według standardowego algorytmu.

UWAGA: Jedyną różnicą pomiędzy tymi strukturami jest położenie domyślnego przecinka dziesiętnego.



Bony wartościowe

Bony wartościowe są sposobem zapłaty za zakupione towary lub usługi. Bony wartościowe mogą być wydawane przez sieci sklepów i rozprowadzane w zakładach pracy jako tzw. premia świąteczna lub przez instytucje pomocy społecznej jako np. bony odzieżowe i żywnościowe.

Znakowanie bonów wartościowych - numer bonu nadawany przez firmę wydającą bon i wartość bonu

Prefiks	Dane bonu (numer bonu nadawany przez firmę wydającą bon i wartość bonu)	Cyfra kontrolna
994	P1 P2 P3 P4 P5 P6 C C C	K

gdzie:

P1-P6 – numer bonu nadawany przez firmę wydającą bon z puli numerów przydzielanej przez GS1 Polska. Pula ta wynosi 100 numerów (możliwe jest również przydzielenie kilku puli, jeżeli takie będą potrzeby firmy)

CCC – wartość bonu

K – cyfra kontrolna

Karty rabatowe/stałego klienta

Karty rabatowe uprawniają do wielokrotnego uzyskania rabatu przez tego samego klienta na różne towary kupowane w danym sklepie lub punkcie usługowym honorującym te karty.

Karta rabatowa jest związana z klientem. Koszty upustów udzielonych na podstawie karty ponosi zazwyczaj sklep, czy punkt usługowy, albo instytucja wydająca karty (np. klub czy fundacja).

Znakowanie kart rabatowych stosowanych w obrocie otwartym

Prefiks GS1	Dane w karcie rabatowej (struktura określona do zastosowań w obrocie otwartym)	Cyfra kontrolna
590	J1 J2 J3 J4 N1 N2 N3 N4 N5	K
590	J1 J2 J3 J4 J5 N1 N2 N3 N4	K
590	J1 J2 J3 J4 J5 J6 N1 N2 N3	K
590	J1 J2 J3 J4 J5 J6 J7 N1 N2	K
590	J1 J2 J3 J4 J5 J6 J7 J8 N1	K



gdzie:

J1-J8 – prefiks GS1 firmy

N1-N5 – numer referencyjny karty

K – cyfra kontrolna

GS1 Polska zaleca oznaczanie kart rabatowych, które mogą być używane w obrocie międzynarodowym jak i krajowym numerem GTIN-13 z prefiksem 590.

Uzgodniona struktura i sposób znakowania umożliwia przypisanie danej karcie określonej wielkości upustu procentowego, jaki dana firma handlowa lub usługowa udziela na podstawie tej karty.

Przed wprowadzeniem kart do użytku należy poinformować sklepy lub punkty usługowe, w których karta ta będzie honorowana, o wartości przypisanych upustów, tak aby te punkty mogły odpowiednio dostosować swoje oprogramowanie.

Znakowanie kart stałego klienta stosowanych w obrocie zamkniętym

Jeżeli karta rabatowa stosowana jest w obrocie zamkniętym np. tylko w jednym sklepie albo sieci sklepów lub punktów usługowych należących do jednego właściciela, które mają umowę z firmą rozliczeniową, to kartę można oznaczyć numerami wewnętrznymi nadanymi przez ten sklep lub sieć sklepów. Jeżeli natomiast karta jest stosowana w obrocie otwartym, to musi mieć numer z prefiksem 590, przydzielany przez GS1 Polska

Prefiks	Dane w karcie rabatowej (struktura określona do zastosowań w obrocie zamkniętym)	Cyfra kontrolna
20	X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10	K
04	X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10	K

gdzie:

X1-X10 – cyfry definiowane przez daną firmę

K – cyfra kontrolna

GS1 – międzynarodowa organizacja not-for-profit, działająca w 150 krajach, od początku istnienia wspiera handel. W tym celu wdrożyła standardowy kod kreskowy znany i używany dziś na całym świecie, uznany przez BBC za jedną z 50 rzeczy, które w największym stopniu przyczyniły się do powstania nowoczesnej gospodarki. Standardy GS1 pomagają firmom identyfikować, gromadzić i współdzielić informacje o produktach. Współcześni konsumenci żądają szybkiej, dokładnej i kompletnej informacji na temat towarów, którą mogą uzyskać dzięki dostępowi do systemów identyfikowalności (z ang. traceability). Dzięki systemowi GS1 partnerzy handlowi mogą łatwo współpracować i udostępniać informacje na temat widoczności w całym łańcuchu dostaw.

GS1 Polska

ul. E. Estkowskiego 6

61-755 Poznań

biuro@gs1pl.org

+48 61 62 81 590

www.gs1pl.org

