



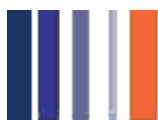
Srbija i Crna Gora

Globalna klasifikacija proizvoda (GPC)

Globalni jezik za klasifikaciju roba

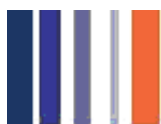
Treće izdanje
April 2007

Sadržaj



1. Uvod	4
Osnovni princip	
Polazna tačka	
Zašto klasifikujemo stvari?	
Zašto nam je potreban globalno prihvaćeni, fleksibilni, prilagodljivi i stalno održavan klasifikacioni sistem?	
2. Globalna klasifikacija proizvoda (GPC)	7
Zašto GPC?	
Koja je osnova GPC kao industrijskog standarda?	
Koji se sistem klasifikacije koristi u globalnoj mreži za sinhronizaciju podataka (GDSN)?	
Koja je razlika između atributa globalnog rečnika podataka (GDD) i atributa blokova GPC?	
Pojedinačan proizvod u odnosu na grupe proizvoda	
3. Format i struktura GPC	10
Opšti principi GPC-a	
Šematski prikaz osnova GPC-a	
4. Formiranje šeme- industrijska saradnja	12
Opšta GPC pravila poslovanja	
Pravila u vezi GPC hijerarhije	
Pravila za GPC blokove	
Pravila za attribute bloka	
Vrednosti atributa bloka	
Šema sistema numerisanja	
GPC pravila u vezi upravljanja kodovima	
5. Najvažnije oblasti primene	16
Sinhronizacija podataka	
Projekti upravljanja kategorijama	
Programi kupovine – Pretraživanje proizvoda	
Interno i eksterno upoređivanje i usmeravanje	

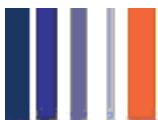




6.	GPC u praksi	18
	Formiranje / Validacija informacija	
	Pre mapiranja – razumeti logiku	
	Mapiranje	
	Primeri mapiranja	
	Prenos/memorisanje informacija	
	Korišćenje informacija	
7.	Primeri u praksi:	
	Koji je moj interes ?	20
	Ako sam proizvođač	
	Ako sam maloprodavac	
	Ako sam davalac usluge	
8.	Razmatranje u vezi usaglašavanja GPC-a i UNSPSC-a	21
	Potencijalne koristi od usaglašavanja	
9.	Upravljanje GPC-om	22
	GPC GDSN verzija usaglašavanja	
	Proces razvoja GPC-a pokrenut zahtevima za izmenama	
10.	Status razvoja GPC klasifikacije	24
11.	Nove mogućnosti	25
12.	Zaključak	26
	Zašto je klasifikacija važna?	



1. UVOD



Osnovni princip

Bez efikasne edukacije i podrške u primeni GPC bi, kao osnovni standard, mogao da predstavlja prepreku u odnosu na tačnost podataka.

Polazna tačka

Do 2007. godine 80% GTIN - ova biće klasifikovano u skladu sa GPC (GCI Global Scorecard).

Zašto klasifikujemo stvari?

Skoro svaki aspekt našeg života je predmet klasifikacije. Mi klasifikujemo skoro sve, čime delimo naš svet na niz različitih i zaokruženih kategorija. Različiti ljudi vrše klasifikaciju stvari na različite načine. Neki pojedinci stavljaju sve svoje čarape u jednu ladicu; ostali odvajaju bele od obojenih čarapa.

U poslovanju, klasifikacija je neophodna. Čak i na bilateralnoj osnovi u okviru poslovnih odnosa između prodavca i kupca, postoji potreba za zajedničkim definicijama. Oni ne pregovaraju na nivou GTIN-ova pojedinačnih proizvoda, već koriste opšte grupisanje proizvoda. Proizvođač mlečnih proizvoda i maloprodavac ugovaraju na osnovu kategorija mlečnih proizvoda.

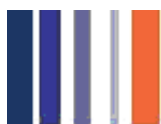
Ne postoji sistem klasifikacije koji bi po sebi bio 'bolji' od drugog sistema klasifikacije. Jedino merilo uspešnosti sistema klasifikacije je njegova vrednost. Potrebe ljudi se razlikuju, pa tako ono što je dobro za jednog ne mora da bude dobro za drugog. Međutim, ovakvo pomanjkanje univerzalnosti ne može da nas odvraća od

uspostavljanja pravog sistema koji će zadovoljiti naše potrebe. Koliko god se trudili, ne možemo da izbegnemo grupisanje, organizovanje i klasifikaciju.

Zašto nam je potreban globalno prihvaćeni, fleksibilni, prilagodljivi i stalno održavan klasifikacioni sistem?

Koncept koji leži u osnovi podele proizvoda u okviru maloprodaje prehrambenih proizvoda u prošlosti je bio zasnovan na organizacionoj strukturi pojedinih odeljenja. Takva struktura bila je zasnovana na kriterijumima kao što su: stučnost zaposlenih, temperatura skladišta, izvor i sličnost proizvoda. S druge strane, struktura nabavke bila je usredsređena na isporučioce kada se radilo o grupisanju proizvoda. Kupci bi svrstavali isporučioce prema sličnosti proizvoda zbog postizanja maksimalne efikasnosti pri prevozu robe. Ukoliko bi jedno lice vršilo kontrolu celokupnog asortimana proizvoda isporučioce, onda bi troškovi prevoza i zaliha bili svedeni na minimum. Isporučiocu održavaju sopstvenu strukturu kategorija i u njima slobodno koriste neke uobičajene attribute proizvoda. Ovo zavisi od isporučioce do isporučioce.





S pojavom upravljanja kategorijama mnogi od navedenih kriterijuma ostali su nepromenjeni u okviru zajednice maloprodavaca. Nova struktura je i dalje predstavljala odraz načina na koji su proizvodi bili grupisani u okviru maloprodajnog mesta i koncepta na čijoj je osnovi bila izgrađena. U međuvremenu snabdevanje je ostalo nepromenjeno, a možda i nešto poboljšano pojavom nezavisnih struktura kao što su strukture kod ACNielsen, IRI, GFK itd.

Po tradiciji većina maloprodavaca prilikom uvođenja novog proizvoda svrstava ga u onu kategoriju koju sam maloprodavac koristi. Jedan od najvećih problema u prošlosti, kada se radilo o podacima za novi artikal, bila je nemogućnost da se putem EDI-ja locira odgovorno lice u okviru organizacije maloprodavca. Takođe, EDI nije pružao ni mogućnost maloprodavcu da uputi povratnu informaciju o prihvatanju artikla i podataka u vezi sa njim. Za razliku od već uhodanih prenosa računa, cena, promotivnih projekata, za koje je veza sa centrom maloprodavca već uspostavljena, prenos podataka za nove artikle obavljao se ručno.

Veza se uspostavljala tako što bi maloprodavac informacije dobio u vidu "obrasca za novi artikal".

UCCnet je kasnih devedesetih uveo novi koncept sinhronizacije. Ovim su rešena dva suštinska problema vezana za EDI. Prvi je bio usmeren na grupu definisanih odgovora od strane maloprodavca i obezbeđen je mehanizam usmeravanja u okviru maloprodajne organizacije. Za razmenu podataka o novom proizvodu između prodavca i kupca koristila se zajednička struktura kategorija.

Međutim, ovakvom praksom vršen je pritisak na isporučioce i maloprodavca da naprave izbor između interne primene nove strukture i mapiranja svoje postojeće strukture na novu strukturu. U zavisnosti od toga u kojoj meri su dve strukture bile slične, varirao je i nivo napora uloženog u preduzete aktivnosti na ovom polju. Mapiranje je u sve većem broju slučajeva predstavljalo rešenje kako da što veći broj kupaca primi informaciju. Međutim, ako se

ne bi izabralo mapiranje dolazilo se u situaciju da se pri korišćenju različitih struktura u dva sistema zahtevalo

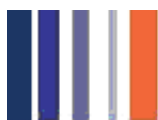
Kada se radi o klasifikaciji iskustvo nam pokazuje da postoje tri vrste organizacija:

- organizacije koje imaju više od jednog sistema klasifikacije (~ 30%),
- organizacije koje imaju jedan sistem klasifikacije (~ 27%),
- organizacije koje nemaju sistem klasifikacije (~ 43%).

dupliranje ljudi sa istim ulogama i sposobnostima.

S obzirom da ne postoji pravi ili loš način klasifikacije stvari, poslovni partneri bi u idealnom slučaju koristili zajednički jezik za grupisanje proizvoda. Uporedo sa sopstvenim sistemom klasifikacije, zajednički jezik omogućava jednostavniju komunikaciju na isti način na koji je i engleski jezik prihvaćen i primenjen kao zajednički jezik u pregovorima kada se radi o međunarodnom poslovanju.





Uspostavljanje zajedničkog standarda jezika za klasifikaciju proizvoda unosi mnoge prednosti u okviru procesa lanca snabdevanja/mreže:

- **podizhe nivo preciznosti informacija o proizvodima,**
- **eliminiše nepotrebne radnje/aktivnosti i smanjuje troškove unošenja podataka o novim artiklima i njihovog održavanja,**
- **omogućava mapiranje u odnosu na različite poslovne partnere ili treća lica, provajderska rešenja, smanjenje troškova,**
- **omogućava grupisanje proizvoda u okviru kategorija specifičnih atributa**
- **pojednostavljuje proces objavljivanja i pretplate,**
- **pruža mehanizam za jednostavno pretraživanje uz dosledne rezultate.**

Kako bi maloprodavcu pružili maksimalnu mogućnost izbora, proizvođači treba da svoj proizvod profilišu sa više aspekata. Isto tako, potrebno je da usklade sopstvene interne sisteme klasifikacije koji mogu biti zasnovani na potrebama tržišta, proizvodnji ili prodajnim odeljenjima.

Maloprodavci moraju biti u mogućnosti da usklade proizvode sa različitim internim strukturama, na primer, prema kupcu, prema načinu kako se prodaje proizvod ili kako se prevozi. Takođe, maloprodavci primenjuju različite jedinstvene strukture klasifikacije primerene njihovim organizacijama.



2. Globalna klasifikacija proizvoda (GPC)



Zašto GPC?

Maloprodavci i proizvođači uložili su višegodišnji trud u pokušaju da uspostave zajedničku klasifikaciju proizvoda. Na globalnom planu, međutim, sistemi klasifikacije nisu bili prihvaćeni bilo iz razloga što su bili suviše kruti ili suviše detaljni, pogodni za statistiku i finansijske izveštaje ali neodgovarajući za primenu u trgovini.

Globalna trgovinska inicijativa (GCI) – globalna grupa sastavljena od najvećih svetskih multinacionalnih proizvođača, maloprodavaca i pružaoca usluga, postigla je sporazum o pravilima poslovanja u vezi uspostavljanja globalnog standardizovanog sistema: šema globalne klasifikacije proizvoda (GPC). Cilj uspostavljanja ove šeme bio je unapređenje funkcionisanja lanca snabdevanja između proizvođača i maloprodavaca dobrovoljnim prihvatanjem industrijskih standarda za identifikaciju grupe proizvoda.

GPC šema je vlasništvo zajednice GS1. EAN International je imenovala ACNielsen kao pružaoca

usluga da, u ime industrijskog sektora, obezbedi funkcionisanje i da upravlja GS1 šemom klasifikacije.

Proizvođači i maloprodavci razmenjuju raznovrsne informacije. U praksi, proizvođači dostavljaju maloprodavcima svoje kataloge sa detaljnim opisima ponuđenih proizvoda. Maloprodavcima je omogućen uvid u ponudu svih potencijalnih isporučilaca. Informacije o proizvodima izražene su specifičnim terminima i formatima, što otežava upoređivanje ponuda različitih isporučilaca. Ovakav proces pretraživanja i upoređivanja različitih kataloga je neefikasan i komplikovan kako za proizvođača, tako i za maloprodavca.

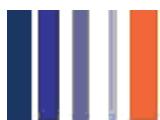
GPC pruža mogućnost poslovnim partnerima za efikasniju i precizniju komunikaciju u okviru svojih aktivnosti kroz celokupni lanac snabdevavanja. Razvoj sopstvenog sistema kodiranja koji može da se koristi samo interno predstavlja skupi način rada za svaku kompaniju. Jedinstvena univerzalna konvencija kodiranja znači i

maksimalnu uštedu u komunikaciji u okviru lanca snabdevanja, čak i u slučaju kada kompanije iste prilagode svojim potrebama. Klasifikacioni kodovi su neophodni za efikasno pronalaženje proizvoda i usluga, za identifikaciju mesta na koje je roba otpremljena i za promociju proizvoda potencijalnim kupcima. Globalna sinhronizacija podataka zavisi od toga da li poslovni partneri koriste istu globalnu šemu klasifikacije proizvoda kako bi im bilo omogućeno pronalaženje proizvoda, pregled, pretplata i publikovanje.

Koja je osnova GPC kao industrijskog standarda?

Razvoj GPC-a je obezbeđen učešćem eksperata iz industrijskog sektora. Postojeća ekspertiza proizvoda primenjuje se kad god je to moguće. Danas u svetu postoje različita rešenja i svako rešenje se razlikuje od drugog. Preporuke industrijskih eksperata moraju biti potvrđene od strane granske radne grupe pre nego što se iste primene. Ova grupa je uspostavila pravila kako se šema primenjuje.





Koji se sistem klasifikacije koristi u globalnoj mreži za sinhronizaciju podataka (GDSN)?

Sistem klasifikacije koji se koristi u okviru GDSN-a je GPC sistem. Samo oni artikli koji su klasifikovani u skladu sa GPC sistemom biće registrovani u GS1 Globalnom registru, drugim rečima, GPC blok je obavezan u okviru GDSN-a.

Koja je razlika između atributa globalnog rečnika podataka (GDD) i atributa blokova

GPC?

Atributi GDD-a i GPC-a se ne preklapaju. Isti su uneseni i održavaju se u dve različite i odvojene baze podataka.

GTIN predstavlja ključ za identifikaciju pojedinačnog proizvoda. GDD atributi opisuju pojedinačne proizvode (na primer, naziv brenda, naziv proizvođača, dužinu, širinu, visinu, cenu, boju itd.).

GPC kod bloka predstavlja ključ za identifikaciju grupe proizvoda.

Atributi bloka i vrednosti atributa bloka daju osnovu za podele daljim opisom bloka. Zajedno sa blokom, segment, familija i klasa predstavljaju sastavne delove hijerarhije.

Svakom GTIN-u se dodeljuje GPC Blok. Blok se može dalje označiti atributima bloka i odgovarajućim vrednostima atributa bloka. Standardni paket GS1 omogućava jednoobraznu primenu GS1 standarda na globalnom nivou. Primena posebnih ključeva i njihovih odgovarajućih nosilaca podataka podržana je pravilima dodele za bar kod i specifikacijama radio-frekvencija i ostalim propisima.

Koje su prednosti GPC-a u GDSN?

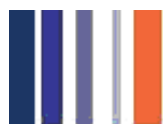
GPC pruža jedan opšti sistem globalne klasifikacije artikala. Sistem klasifikacije podržava objavljivanje, pretplatu, validaciju, kao i proces pretraživanja u okviru GDSN-a.

Prednosti GPC-a u GDSN su sledeće:

- GPC omogućava proces interne, eksterne i mrežne sinhronizacije organizacijom i validacijom podataka,
- Omogućava globalno standardizovano pozicioniranje proizvoda označavanjem vrste proizvoda

- pojednostavljuje proces upoređivanja objavljenih i pretplaćenih podataka,
- omogućava analizu kategorija i podržava izradu planova,
- smanjuje nepotrebne aktivnosti i poboljšava preciznost pri uspostavljanju i održavanju jedinica,
- smanjuje troškove omoćujući mapiranje rešenja poslovnim partnerima i trećoj strani,
- obezbeđuje veći integritet podataka,
- daje priliku korisniku da grupiše proizvode u skladu sa atributima specifične proizvodne grupe,
- omogućava interno klasifikaciju i sakupljanje podataka u okviru kompanije ili između poslovnih partnera.





Pojedinačan proizvod u odnosu na grupu proizvoda

Ključevi za identifikaciju **pojedinačnih proizvoda** kao što su GTIN ili GLN koriste se za jedinstvenu identifikaciju proizvoda. Odnos ključa i proizvoda je direktan, tj. jedan prema jedan. Prema tome, kodovi za identifikaciju ne mogu biti upotrebljeni u svrhu grupisanja, niti izveštavanja ili analize kategorija a takođe ne dozvoljavaju mogućnost poređenja različitih proizvođača. U okviru tipičnog kataloga isporučioći identifikuju proizvod GTIN-om, GLN-om i daju opis proizvoda uz pomoć dodatnih komponenata koje zovemo atributi.

Atributi su karakteristike zajedničke za proizvode u okviru grupe.

Ključevi **grupe proizvoda** predstavljaju ključeve klasifikacije. Koriste se za grupisanje sličnih proizvoda u iste kategorije.

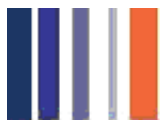
Klasifikacija pomoću GPC-a je isto što i reći: «Ovaj proizvod pripada tom bloku, taj blok poseduje sledeće hijerarhijske komponente (segment, familiju i klasu), a taj isti blok može biti dalje opisan s grupom atributa bloka i odgovarajućim vrednostima atributa bloka»

Svojstvo ključa klasifikacije je da takve grupe mogu da se grupišu zajedno sa drugima u hijerarhijski poredak. Prema tome svaka grupa u okviru klasifikacije može se deliti

na manje grupe prema zajedničkim karakteristikama. Razlike između identifikacije pojedinačnih proizvoda i opisa i identifikacije grupe proizvoda i opisa date su u tabeli koja sledi.

		Pojedinačni proizvod	Grupa proizvoda
I D E N T I F I K A C I O N I K L J U Č	Naziv ključa	GTIN	Kod GPC bloka
	Veličina i vrsta ključa	14 cifara, bez negativnog predznaka	8 cifara, bez negativnog predznaka
	Poslovni cilj	Identifikacija pojedinačnog proizvoda, Praćenje i ulazjenje u trag, Povlačenje, Čuvanje zapisa	GDSN, Identifikacija grupe proizvoda, pronalaženje grupa proizvoda, upoređivanje, omogućava proces trgovine
	Namena	Nedvosmislena identifikacija pojedinačnog proizvoda	Koherentno grupisanje proizvoda radi preglednosti i omogućavanje savremenog protoka informacija, pokazivanje povezanosti sličnih proizvoda
	Cifre	Odnos jedan prema jedan između GTIN-a i proizvoda. Cifre nemaju nikakvo drugo značenje	Povezani sa drugim elementima u hijerarhiji: blok, segment, familija i klasa
O P I S A T R I B U T A	Svojstvo	Jedinstvenost	Jedinstvenost
	Namena	Primena specifikovanih atributa povezanih sa proizvodom kao komunikacioni templejt za trgovinske partnere	Za opis svakog bloka postoje atributi bloka i vrednosti atributa bloka kako bi se obezbedila podela
	Svojstvo	Atributi pojedinačnog proizvoda (obično 30-50 atributa po GTIN-u). Neklasifikacioni atributi. Globalni ili globalno/lokalni ili lokalni. Neutralni ili specifične kategorije. Obuhvataju sve industrije. Mogu biti kao slobodan tekst. Mogu biti regulativni. Mogu biti eksterni kodovi. Obavezni/opcioni/uslovljeni, Nema rečnika	Grupa proizvoda - Atributi bloka (obično 1 – 7 atributa po bloku). Ne preklapaju se s atributima pojedinačnih proizvoda, Isključivo globalni (nisu usmereni specifičnom tržištu). Isključivo specifične kategorije. Relevantni i priznati od strane industrije. Jedinstveni i ekskluzivni (cilj, format, tehnički), neregulativni. Visok nivo opisa. Proaktivni rečnik, nema nedvosmislenih termina.
	Vrednosti	Različite vrste, od slobodnog teksta do kodova i datuma	Lista izbora standardizovanih vrednosti, Samo jedna vrednost atributa bloka se može dati za jedan atribut

3. Format i struktura GPC

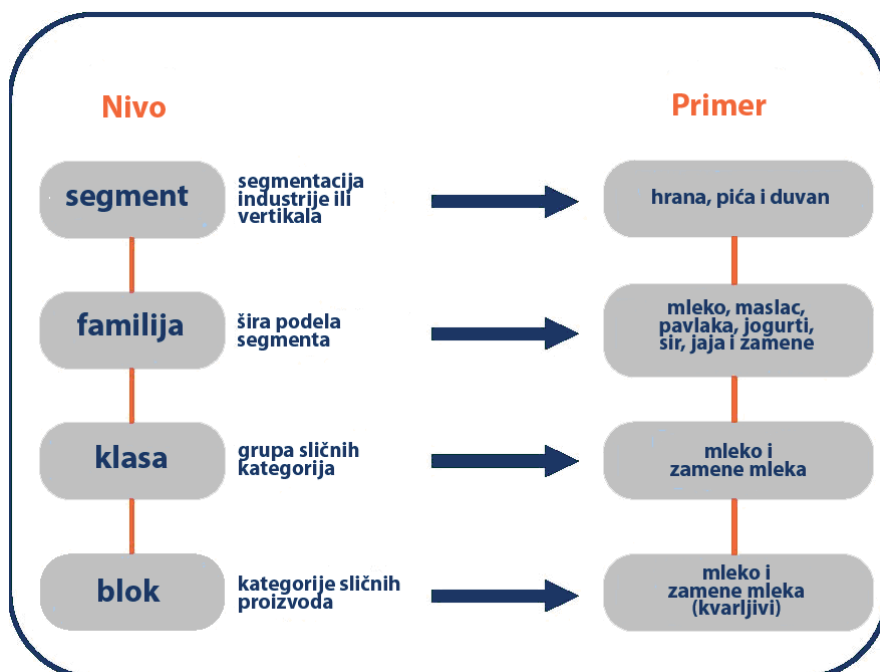


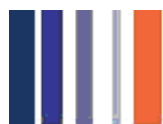
Opšti principi GPC-a

- Podesivost i fleksibilnost klasifikacije.
- Logično grupisanje u blokove. Transparentnost logike šeme.
- Univerzalno primenljiva i ne pravi razlike između kulturnih sredina.
- Prvobitno objavljena na engleskom jeziku - oksfordskom.
- Olakšava prikupljanje relevantnih informacija u vezi klasifikacije, prihvatljivih za industriju.

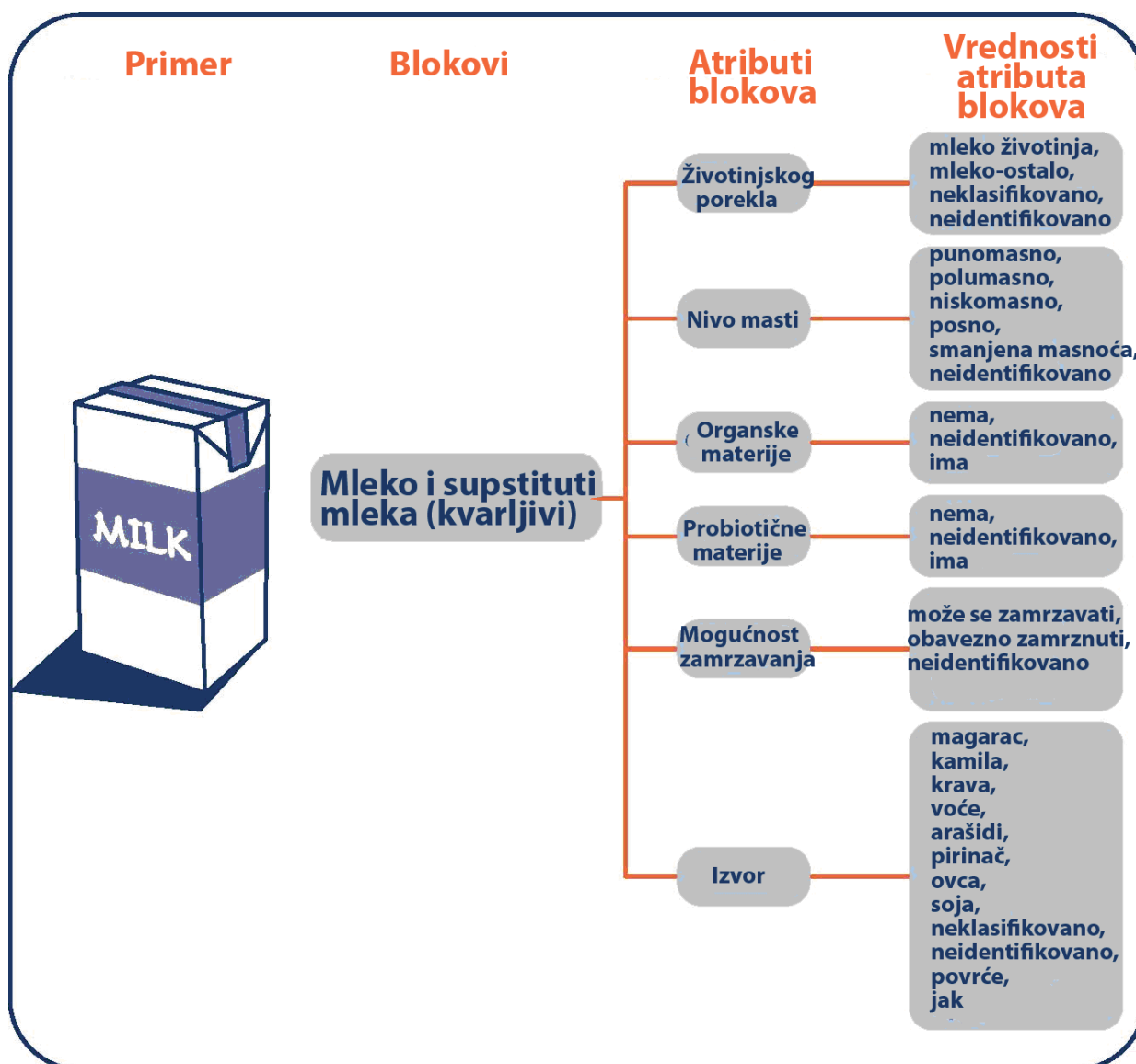
Šematski prikaz osnova GPC-a

- Šema GPC-a nam daje opcionu četvoroslojnu hijerarhiju u čiji sastav ulaze segment, familija, klasa i blok.
- Svaki pojedinačni nivo šeme podleže određenim pravilima i/ili principima, kao i odlukama proisteklim iz industrijskog sektora. Pravila se primenjuju u zavisnosti od nivoa – segment, familija, klasa, blok, atributi bloka i vrednosti atributa bloka.
- Praktična pravila poslovanja primenjuju se na bilo kojem nivou ili entitetu u šemi.
- Svakom bloku dedeljen je jedan ili više atributa bloka; isto tako svakom atributu bloka pripada grupa vrednosti atributa bloka.

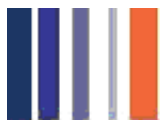




Primer bloka i pripadajućih atributa bloka i vrednosti atributa bloka



4. Formiranje šeme industrijske saradnje



Zahtev industrije: Šema treba da bude zasnovana na pravilima i izbalansirana praktičnim iskustvom!

Opšta GPC pravila poslovanja

- Primena jasnog i ujednačenog strukturisanja.
- Korišćenje kulturno nepodvojenih termina i propisa.
- Primena konvencije standardizovanih naziva.
- Obezbeđenje neophodne pokrivenosti i obima svakog segmenta, familije, klase ili bloka i mogućnost da se unose nove odgovarajuće vrednosti onako kako su identifikovane.
- Izbegavanje nedoumica primenom jasnih i konciznih definicija.
- Pružiti opštu i standardizovanu šemu koja će obezbediti da svi proizvodi budu postavljeni na jedinstveni način.
- Koliko je to praktično moguće blok mora da sadrži proizvode koji mogu biti okarakterisani istim skupom atributa relevantnih za taj proizvod.
- Proizvodi koji su grupisani i prodaju se zajedno (izuzev složenih proizvoda) biće klasifikovani kao raznolika pakovanja. Ovo se odnosi na nivoe klase, familije i segmenta u okviru hijerarhije.

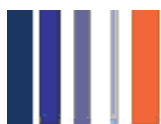


- Raznolika pakovanja treba formirati samo u slučajevima kada je to neophodno.
- Šema omogućava i formiranje posebnog bloka u okviru klase za obuhvatanje proizvoda koji neće odmah moći da se svrstaju u postojeći blok ili industrijski sektor smatra da ih ne treba dalje klasifikovati. Ovi blokovi se nazivaju „ostali“.
- Grupisanje proizvoda na osnovu toga šta oni fizički predstavljaju.

Pravila u vezi GPC hijerarhije

- Dobijeni blokovi moraju biti grupisani koherentno i logički
- Kategorisane informacije moraju biti globalno priznate
- Grupisanja u okviru hijerarhije moraju biti odgovarajuća i pogodna za sve funkcije pretraživanja.
- Omogućiti fleksibilnost klasifikacije.
- Hijerarhija treba da bude formirana opisom vrste proizvoda a ne opisom kanala kojom će ovi biti prodavani. Ovim treba da se obezbedi mogućnost da proizvodi iz različitih kanala budu lakše klasifikovani i identifikovani.





Pravila za GPC blokove

Lista dole navedenih pravila je sveobuhvatna lista pravila koja se koriste za blokove po vertikalama. Ova pravila nisu „opšta“ u smislu da odgovaraju za sve segmente. Trebalo bi ih koristiti u odgovarajućim segmentima gde god su relevantna i primenljiva.

- Široko polje diferencijacije
- Široko polje primene
- Proizvodi služe zajedničkoj svrsi i primeni
- Procesuirani su po sličnim metodama
- Proizvodi se koriste i primenjuju na sličan način
- Proizvodi koji su sličnog oblika i od sličnog materijala
- Razlika između proizvoda sa pogonom i bez njega
- Rezervni delovi biće klasifikovani u jednom bloku po klasi
- Skladištenje i zaštita
- Različita pakovanja
- Ostalo
- Primena i funkcija

Pravila za atribute bloka

- Atributi bloka moraju biti globalno primenljivi i bez predrasuda u odnosu na region, kulturu i zemlju.
- Atributi bloka moraju biti prihvaćeni, razumljivi i relevantni

za privredu, kada se radi o klasifikaciji proizvoda.

- Atributi bloka moraju biti jedinstveni (primena, format, tehnika rada), objektivni i međusobno isključivi – ovo uključuje izbor kako atributa bloka tako i vrednosti atributa bloka.
- Atributi bloka moraju biti zasnovani na objektivnoj logici i ne smeju biti subjektivno i emotivno motivisani.
- Primer neadekvatnog klasifikacionog atributa bilo bi marketinško stanovište
- Atributi bloka ne smeju da se vežu za globalne, regionalne ili lokalne regulativne zahteve. Deo su informacija koje se globalno zahtevaju, ali pravno su regulisani lokalno. Na primer: da li su organskog porekla, kvalitet hrane / zahtev za bezbednošću hrane itd.
- U pogledu naziva atributi bloka moraju biti standardizovani.
- Visok nivo opisa – Da li bi korisnik iz svog ugla tražio ili očekivao da mu bude omogućeno pretraživanje, da se pretplati ili da objavi informaciju? Najbolja metoda za prikupljanje nije neophodno da se odnosi na način na koji bi korisnik objavio informaciju. Na primer, idealni

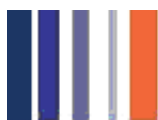
metod za prikupljanje podataka može biti onaj koji zahteva više detalja.

- Jedna, sveobuhvatna i iscrpna lista kodova.
- Preciznost/nedvosmlenost pojmova/reči koje se koriste.
- Svi atributi bloka treba da budu opisani tako da ukazuju na informaciju koju treba da identifikuju.
- Varijante bloka se ne koriste.
- Broj atributa po bloku treba da bude najmanje 1, u proseku 3-4, sa ciljem do 7.
- Atributi bloka vezani su za viši nivo klasifikacije (blok) i treba da opisuju grupu proizvoda pre nego pojedinačni proizvod.
- Primer neadekvatnog atributa klasifikacije je brend povezan sa pojedinačnim proizvodom ili užom grupom proizvoda.

Vrednosti atributa bloka

- Lista normalizovanih vrednosti. Samo se jedna vrednost atributa bloka može nalaziti u jednom bloku.
- U slučajevima ograničenih, neprimenljivih i nedovoljnih informacija, atributi bloka mora da sadrže podrazumevane vrednosti - neklasifikovano ili neidentifikovano.





- Atribut bloka mora da ima jednu, sveobuhvatnu i iscrpnu listu kodova.
- Vrednostima atributa bloka moraju da upravljaju i iste održavaju pružaoci usluga a tamo gde je potrebno i GPC Radna grupa (GPCTG).
- Vrednosti atributa blokova ne smeju se duplirati, sve vrednosti moraju biti jedinstveno definisane.
- Nije dozvoljeno formiranje skraćenica vrednosti atributa blokova.
- Vrednosti atributa blokova treba da budu date po abecednom redu i formirane na osnovu ključnih reči.

- Sporni termini ili reči koje se koriste kao vrednost ili u okviru vrednosti moraju biti uneseni u rečnik sa preciznom definicijom.

- Kod bloka: 99999999
- Naziv bloka: privremena klasifikacija
- Definicija bloka: privremeni kod GPC bloka

Šema sistema numerisanja

- Svi brojevi su osmocifreni i bez negativnog predznaka
- Jedinstvena identifikacija
- Dodeljeni brojevi su konstantni tj. opis može biti izmenjen, ali broj ostaje isti

• Numerisanje bloka

- Kod uvek počinje sa '1'

• Numerisanje atributa bloka

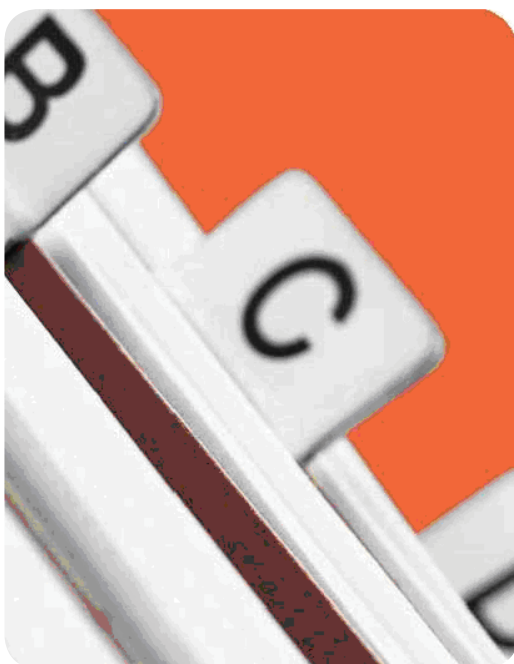
- Ponavljajuće polje
- Kod uvek počinje sa '2'
- Ponovljena upotreba u odnosu na drugi blok, gde je primenljivo

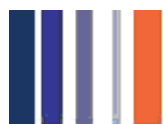
• Numerisanje vrednosti atributa bloka

- Ponavljajuće polje
- Kod uvek počinje sa '3'
- Ponovljena upotreba u odnosu na drugi blok, gde je primenljivo

• Privremeni broj GPC bloka

- Osmišljeno od strane GPCTG u saradnji sa GDSN Radnom grupom
- Potiče od obavezne primene GPC-a u Globalnom registru i potrebe da se registruju artikli koji trenutno nisu pokriveni GPC-om

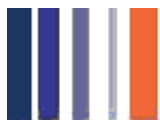




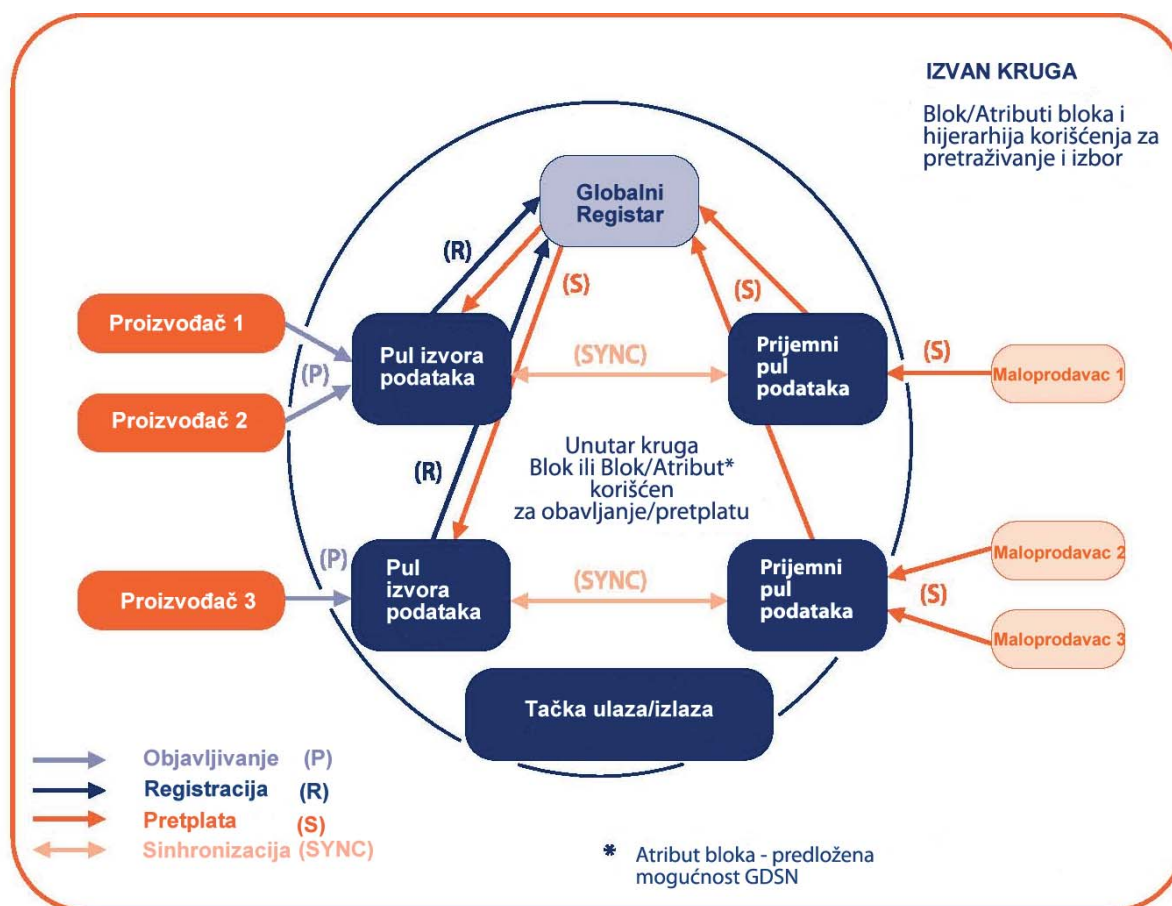
GPC pravila u vezi upravljanja kodovima

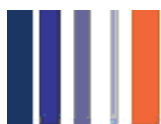
Korak		Akcija / Opis / Pravilo		
Format	Dužina	Nivo		Primer
	8	Kodovi segmenta		10000000
	8	Kodovi familija	Prethodi im kod segmenta	10200000
	8	Kodovi klasa	Prethodi im kod familije	10203000
	8	Kodovi bloka	Počinju sa "1"	10000123
	8	Kodovi vrste atributa bloka	Počinju sa "2"	20000123
	8	Kodovi za vrednosti atributa bloka	Počinju sa "3"	30000123

5. Najvažnije oblasti primene



Sinhronizacija podataka





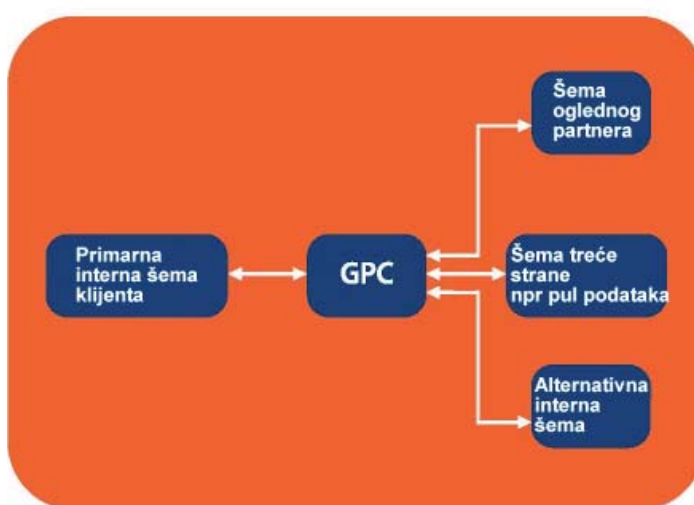
GPC blok namenjen je za opštu kalsifikaciju u okviru GDSN-a. Tri su glavne oblasti u okviru kojih je primena GPC bloka bitna kao jedog od četiri osnovna ključa (zajedno sa GTIN, GLN i ciljnim tržištem).

Ove oblasti su sledeće:

- **Objavljivanje** (isporučioći naznačuju o kojoj vrsti proizvoda se radi),
- **Pretplata** (maloprodavac određuje koju vrstu proizvoda želi da kupi), pretplata je omogućena posredstvom GTIN-a, GLN-a, Ciljnog tržišta, koda GPC bloka i bilo kojom kombinacijom ova četiri ključa, osim GTIN-a i koda GPC bloka koji se međusobno isključuju.
- **Validacija** (sve strane obezbeđuju ispravnost klasifikacije i da li su pripadajući atributi dostavljeni).

Radna grupa za GPC preporučuje korisnicima GDSN-a da primene i dodatne kriterijume pretplate u bliskoj budućnosti – ne samo kod GPC bloka, već i:

- Kod GPC bloka zajedno sa vrstama atributa bloka i vrednostima atributa bloka.
- Pretplatu na nivou klase
- Pretplatu na nivou familije
- Pretplatu na nivou segmenta



Projekti upravljanja kategorijama

GPC je zajednički jezik prema kome partneri korisnici mapiraju njihove lokalne šeme. Ovim procesom je omogućeno lako upoređivanje bilo koje lokalne klasifikacije.

Programi kupovine – pretraživanje proizvoda

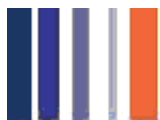
GPC se koristi kao zajednički jezik za pretraživanje proizvoda u različitim okruženjima (na primer, katalozi i pulovi podataka gde prethodno nije postojala zajednička klasifikacija). Pomoću mapiranja između kupovnih kategorija i GPC-a, kupac može da odredi zahteve za povraćaj odgovarajućih proizvoda.

Interno i eksterno upoređivanje i usmeravanje

GPC vrši ulogu zajedničkog jezika u okviru jedne organizacije interno i eksterno između više različitih organizacija (povezivanjem na nivou funkcija, poslovnih jedinica ili zemalja) i obezbeđuje jedinstveni pogled prema kome performance neke kompanije mogu biti merene. Ova informacija takođe može biti iskorišćena u projektima u okviru kojih maloprodavci žele da uporede slične proizvode. Takođe pruža okvir za centralizaciju sistema obezbeđujući zajedničku klasifikaciju na osnovu koje proizvodi mogu biti klasifikovani u PIM-ovima (matične informacije o proizvodu) itd. a može da olakša i automatsko rutiranje informacije.



6. GPC u praksi



Formiranje / Validacija informacija

Primenljivo na:

- Isporučioce (vlasnici proizvoda)
- Maloprodavce (u posedu velikog broja informacija)
- Treće strane (pomoć u formiranju ili su takođe u posedu informacija)

Tri su osnovna načina pristupa ovom procesu (u okviru sopstvene organizacije ili uz pomoć spolja)

- Identifikacija GPC informacija na elementarnom nivou tj. njihovo povezivanje s pojedinačnim proizvodima ili sličnim grupama proizvoda
- Formiranje 'mape' između lokalnih/ sopstvenih šema i GPC-a nakon čega se posredstvom algoritma vrši povezivanje GPC informacija s proizvodima
- Referentno ukrštanje 'meta-podataka' pribavljenih od trećih strana koja su u stanju da idenifikuju GPC informacije u ime isporučioaca i maloprodavca

Pre mapiranja – razumeti logiku

Kao uputstvo treba pogledati primarna i sekundarna pravila koja se koriste u formiranju GPC-a i vaše šeme.

U nekim slučajevima logika procesa

neće biti jasna, naročito ako se hijerarhija zasniva na subjektivnoj osnovi – u okviru takvog scenarija mapiranje na šemu može biti otežano.

Mapiranje

Različite mape:

- Blok može biti usklađen sa jednom grupom klijenata
- Blok može biti usklađen sa većim brojem grupa klijenata
- Veći broj blokova može biti usklađen sa jednom grupom klijenata
- Kombinacije – usklađivanje u okviru različitih nivoa tj. blokova i atributa i odgovarajućih nivoa u okviru šeme klijenta, GDD atributa i specifičnih informacija o klijentu.

U zavisnosti od izvora podataka

- Dubina/razruđenost
- Subjektivnost
- Priroda – odnos: klasifikacija prema opisu
- Nedoumice u vezi tehnologije!

Primeri mapiranja

Jedan blok = jedna grupa klijenata

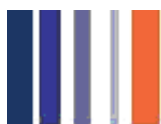
- Blok=sendviči – punjeni mesnim proizvodom (kvarljivo) (10000255)
- Klijent=sendviči, hladni, spremni za jelo, sveži

Jedan blok=više od jedne grupe klijenata

- Blok=voće – pripremljeno i prerađeno (smrznuto -10000204)
- Klijent=voće – familija, jabuka/ kruška, smrznuto
- Voće – južno voće – smrznuto,

Više blokova = jedna grupa klijenata





- Blok = ekstrakti (1000050) + supe-pripremljen (stavljaju se na policu) 10000262)
- Klijent - supa/ bujon / poreklo-ambijent

Kombinacije unutar GPC

- Klijent strano Pilsner pivo mapira u Blok = pivo(10000159)
- Atribut bloka – vrsta piva (20000170) - Pilsner(30003232)

Kombinacije sa GDD i ostalim

- Klijent Premium Pilsner pivo mapira u blok = pivo (10000159)
- Atribut bloka - vrsta piva (20000170) – Pilsner (30003232)
- GDD atribut – brend ili cena koja određuje „premium“

Prenos/memorisanje informacija

Mesta memorisanja informacija

- Kao atributi (blokovi i atributi blokova...po mogućnosti hijerarhijski) i
- kao šeme u okviru sistema.

Validacija

- Predstavlja 'normalizovano' polje što omogućava automatsku proveru i koristi se kod unosa informacija u sisteme i kataloge
- Polje treba da sadrži

kategorije specifičnih polja, na primer, procenat alkohola

Objavljivanje

- Informacije su spremne za prenos u GDSN.

Obezbeđivanje da 'linija snabdevanja' može da podrži GPC

- U toku prenosa informacija može da se konvertuje i da izgubi u kvalitetu – da poslato nije i primljeno!
- Podstaci poslovni svet da koristi GPC i da ga primenjuje u svim ostalim standardima na primer EANCOM.

Korišćenje informacija

Kao deo procesa objavljivanja / pretplate

- Omogućava opštu kategorizaciju u pretplati u pogledu početnog korišćenja bloka... a kasnije i primene hijerarhije i atributa bloka.
- Ukoliko se unakrsno poveže sa lokalnim kategorijama, kupac može da izabere lokalnu kategoriju i pretplatu (sistem će je konvertovati i poslati u pretplatu).

U okviru GDSN-a za maloprodavce

- Primena standarda radi automatizacije tokova internih procesa, istovremeno usmerava na problematiku kvaliteta,

Kao zajednički jezik

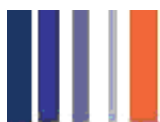
• Kategorija upravljanja

- Skraćivanje potrebnog vremena za mapiranje
- Smanjuje troškove
- Omogućava bolje usaglašavanje
- Povećava fleksibilnost u formiranju novih pogleda.

• Interno upoređivanje i rutiranje

- Koristi se za grupisanje sličnih proizvoda radi pronalaženja odgovarajućeg proizvoda.
- Upoređivanje asortimana proizvoda i performansi u različitim zemaljama.
- Na osnovu kategorija omogućuje merenje performansi kompanija
- Koristi se kao ključ za automatsko rutiranje informacija u okviru organizacije.

7. Primeri u praksi: Koji je moj interes ?



Ako sam proizvođač

Svaka komunikacija okrenuta prema spolja u okviru koje se poziva na podatke o proizvodu zasnovana je na GPC-u. Za interne potrebe može se nastaviti korišćenje sopstvene klasifikcije.

- Specifikacije proizvoda
- Cenovnici
- Izveštaji vezani za otpremu robe i raspored isporuka
- Magacinsko stanje
- Aktivnosti rukovođenja reklamom za proizvode
- Rukovođenje kategorijama
- Podaci sa prodajnih mesta
- Podaci o snabdevenosti u okviru prodajnog prostora (planovi)
- Zajedničko planiranje poslovanja
- Stanje poručene nabavke i isporučene robe
- Zahtevi potrošača

Bolja integracija podataka iz istraživanja tržišta

Poboljšano upravljanje kategorijama

- Grupisanje specifičnih proizvoda u kategorije
- Mapiranje podataka iz više izvora
- Efikasna komunikacija
- Brže reagovanje na način ponašanja potrošača

Brži protok zaliha

Ako sam maloprodavac

Bolji uvid potrošača pri kupovini

– efikasnije kupovine potrošača

- Izvor/nabavke, upravlja privatnim etiketiranjem, upravljanje digitalnom opremom, katalog za kupovine

Veća efikasnost redukcijom kompleksnosti

Poboljšano upravljanje kategorijama

Prodavci na veliko i maloprodavci koriste GPC kao podršku svojim **poslovnim** aktivnostima

Prednost po horizontalni u odnosu na vertikalni; kratkoročno predstavljanje je odlučujuće; daljnji razvoj po vertikali ili u posebnim industrijskim sektorima zahtevaju nove funkcionalnosti

Aplikacije B2B:

- Onlajn naručivanje proizvoda koji nisu za dalju prodaju, sinhronizacija podataka, rukovođenje kontaktima s trgovcima
- Pragmatična, usmerena razmena podataka: GS1 GPC je podesan za rukovanje i korišćenje

Projekti razvoja poslovanja sa proizvođačima:

Projekti **upravljanja kategorijama**.

Ako sam davalac usluge

Osnovne oblasti na koje treba usmeriti pažnju...

Identifikacija koji kodovi GPC-a odgovoraju pojedinim proizvodima

Shvatiti njihovu **ulogu u odnosu na centralni jezik** i povezanost sa (ne i zamena) lokalnom kategorizacijom

Detaljno **unakrsno povezivanje** podataka sa lokalnim aspektima u cilju osmišljavanja njihovog usklađivanja u praksi

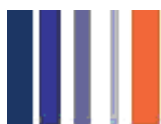
- Možete li **automatizovati procese** kao što je rutiranje puta do kupca?
- Omogućiti uporednu **analizu kategorija**
- Automatska (ili barem olakšana) **dodela GPC kodova** ili interna kategorizacija uz pomoć standarda

Integracija GPC-a u poslovne tokove ili sisteme

- Identifikacija položaja GPC-a u okviru sistema
- Procesi za formiranje, održavanje i distribuciju GPC-a
- Tekućim promenama procesi upravljanja...



8. Razmatranje usaglašavanja GPC-a i UNSPSC-a



GPC ima u praksi dokazana i čvrsta pravila poslovanja; GPC-om upravlja GSMP i ima podršku GCI-a, zajednice GS1, pružaoca rešenja, pulova podataka, kao i Globalnog registra.

UNSPSC pokriva brojne vertikale, uključujući proizvode i usluge, i globalno je prepoznatljivi brend.

UNSPSC i GPC se dopunjuju. Oni nisu suprotstavljeni jedan drugom; GPC pruža bitne informacije preko detaljne klasifikacije i putem atributa.

Eventualne potrebe poslovanja a vezane su za usklađivanje GPC-a i UNSPSC-a zahtevaju validaciju. Čitav proces može da bude iniciran zahtevom za izmenom. Najvažnija komponenta ovog procesa je usklađivanje različitih modela upravljanja. Bez ovog dogovora GPC i UNSPSC mogu biti usklađeni primenom prilično statičnog mapiranja. U nekim slučajevima radi se o usklađivanju vrste robe i blokova, u drugim blok može da zameni vrstu robe, zatim blok može da se nađe iznad vrste robe na nivou klase, a dešava se i da mapiranja između vrste robe i bloka ne može biti.

Potreban je plan projekta integracije aktivnosti u pogledu razvoja počev od izrade smernica do detaljnih aktivnosti.

Potencijalne koristi od usaglašavanja

Za korisnike

- Bolja komunikacija
- Pristup obema šemama
- Poboljšana efikasnost smanjenjem kompleksnosti

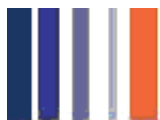
Za GPC

- Povezana sa širim globalnim standardom
- Uspostavljena uloga u UNSPSC-u u definisanju roba
- Omogućava bolju klasifikaciju ili 'povećavanje' blokova

UNSPSC bi sa svoje strane mogao da

- Omogući korisnicima UNSPSC-a da iskoriste ekspertizu GPC-a u cilju daljeg razvoja/upravljanja kodom
- Omogući korisnicima detaljniji i dublji uvid u precizniju specifikaciju za robe.

9. Upravljanje GPC-om



Pitanje 'ko upravlja GPC-om' treba da bude razdvojeno na dva pitanja, i to:

**Ko upravlja razvojem GPC-a?
i Ko upravlja implementacijom GPC-a?**

Nakon što je pitanje preformulisano na ovaj način, odgovor se nameće sam: GPC radna grupa je odgovorna za razvoj GPC-a, komunikaciju, edukaciju i upravljanje strukturom, a GDSN grupa je odgovorna za komunikaciju i implementaciju GPC-a u okviru mreže.

GPC GDSN verzija usaglašavanja

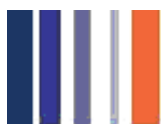
- U cilju pojednostavljenja procesa izmena i minimizacije uticaja ovih izmena na poslovne partnere primenjuje se samo jedna verzija u datom trenutku.
- Teorija je primenljiva nakon objavljivanja verzije (modifikacija-M; dodatak-A; brisanje-D) uz ograničeni broj brisanja na samo dva puta godišnje, pri čemu izmene M i A mogu biti vršene češće. Međutim, da li ovo zadovoljava potrebe GPC-a?

- GPC TG se bavi stalnim razvojem šeme koja ne bi trebalo da bude podvrgnuta ograničenjima za GDSN verzije. Predloženo je da se pregled šeme kvartalno dostavlja GDSN-u, u cilju integracije izmena u okviru GDSN-a.
- GDSN koristi sopstveni identifikator verzije objavljene u okviru GDSN.
- Razvoj šeme, prema tome i verzije, je stalni proces, a ista je dostupna preko ostalih izvora kao što je GS1 vebsajt. Objavljena GPC identifikovaće verziju GPC šeme na osnovu datuma objavljivanja.

CIKLUS RAZVOJA I IMLEMENTACIJE

Korak	KO	ŠTA	Koliko dana
1	GPC podgrupa	Verziju X GPC razvoja	1-180
2	GPC radna grupa	Utvrdjivanje početnog datuma važenja verzije X start verzije (X+1)	182-189
3	Davalac usluga	Obezbeđuje pristup šemi X i promenama-deltama (odnos; verzija X – Verzija (X-1))...	189-197
4	Pul podataka	Uticaj na pristup i prenos korisnicima...	197-220
5	Registar	Primena GPC	220-227
	Mreža	Primena GPC	197-227





Proces razvoja GPC-a pokrenut zahtevima za izmenama

Kvalitet šeme obezbeđen je korišćenjem ključne metodologije koja funkcioniše kao zajednički jezik za uspostavljanje veze sa lokalnim kategorijama (otud i pristup razuđenosti u pravljenju bloka).

- Pojedinaac upućuje zahtev za izmenama posredstvom GSMP-a.
- Ovaj zahtev za izmenama upućuje se GPC Radnoj grupi (GPC TG).
- ACNielsen prikuplja postojeće šeme i dalje ih dostavlja širom industrijskog sektora. Ovim postupkom započinje proces analize (Strawman).
- Analizu vrši GPC podgrupa za razvoj – industrijska grupa sastavljena od eksperata iz sektora snabdevanja, maloprodaje i, od nedavno, drugih grupa za istraživanje tržišta. Ukoliko grupa utvrdi da postojeća GPC šema ne odgovara zahtevima industrijskog sektora, grupa vraća materijal i prilaže svoje sugestije vezano za izmene (Verzija 0).
- Šema se zatim dostavlja industrijskom sektoru radi javne analize, koja se nakon ovoga vraća na mesto gde se vrše daljne izmene.

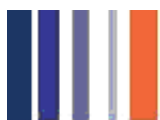


- GPC podgrupa za razvoj utvrđuje attribute i odgovarajuće vrednosti (Verzija 1).
- Šema se opet dostavlja na analizu industrijskom sektoru, koji, opet, nakon izvršenog uvida u materijal i izvršenih izmena, dostavlja istu dostavljaču materijala (Verzija 2).
- Zatim, GPC radna grupa glasa i predlaže šemu kao standard upravi GS1.

- Upravno telo GS1 ratifikuje materijal nakon čega šema postaje GS1 standard



10. Status razvoja GPC klasifikacije



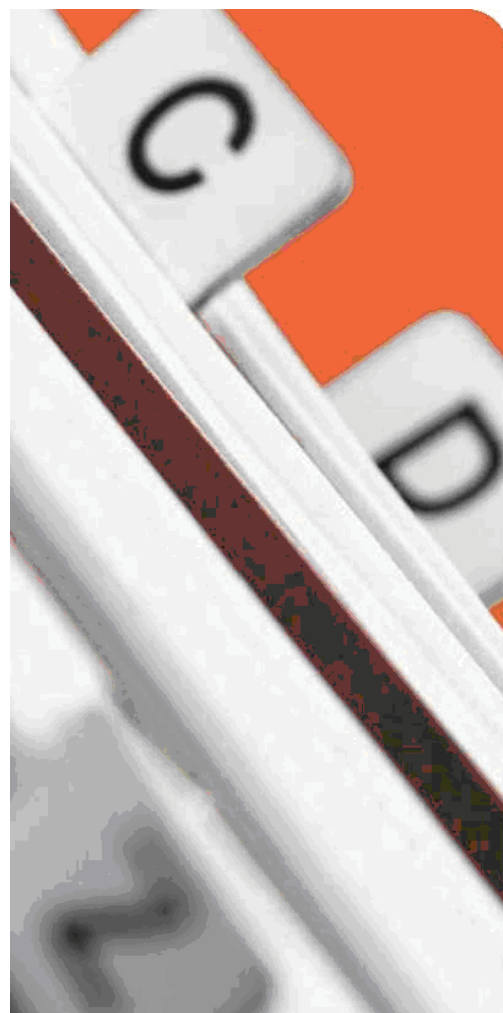
Razvoj šema klasifikacije u budućnosti zavisi od zahteva tržišta. Maloprodavci i proizvođači su ti koji zajedničkim naporima razvijaju sve šeme u okviru GSMP-a.

Do sada su kroz GSMP razvijene sledeće šeme:

- Hrana, piće i duvan (FBT)
- FMCG ne-prehrambeni proizvodi (proizvodi za: negu beba; ličnu negu i higijenu; zdravstvenu zaštitu; održavanje kućne higijene; negu i hrana kućnih ljubimaca)
- Mešoviti segment
- Roba široke potrošnje: umetnička dela, foto oprema, audio video, kamp oprema, odeća, proizvodi iz oblasti komunikacija, računari, obuća, nameštaj, kuhinjski proizvodi za domaćinstvo, muzički instrumenti, proizvodi za ličnu upotrebu, knjige, sportska oprema, kancelarijski materijal, igračke i igre;
- Motorna industrija: proizvodi – uradi sam, kućni aparati, autoindustrija, laki delovi alati i oprema, električni proizvodi, vodovod, grejanje, klima uređaji, građevinski proizvodi.
- Goriva, maziva, nadzor, bezbednost, sigurnost.
- Žive životinje

Osnovni podaci o razvoju GPC-a do danas:

- Publikovano je: 36 segmenata, 83 familija, 450 klasa, 2829 blokova, 4362 atributa, 31586 vrednosti atributa
- Usmerenost na FMCG maloprodajnim kategorijama
- Etapno publikovanje šeme
- Ažurirana i objavljenja pravila i principi
- Tri vrste zahteva za izmenama GPC-a : za nove šeme, za tekuće održavanje postojećih šema, za povratnu informaciju od strane industrije u vezi izmena.



11. Nove mogućnosti



Ciljni pristup podrške korisniku. Novi poslovni model i prilika za pulove podataka i Organizacije članice GS1. Prilika za globalnu primenu odgovora i podršku lokalnim zahtevima. Ovaj model podržava edukaciju, pristup i korišćenje.

Poslovna motivacija organizacija članica GS1

Isključeni su troškovi distribucije i/ili razvoja. Organizacije članice GS1 mogu imati ulogu 'prodajnih agenata' GPC usluga zainteresovanim koji nisu korisnici GDSN-a. Pružaju dodatne usluge i usluge prevođenja. One takođe mogu da obrade i upute zahteve za izmenama i da pruže pomoć na zahtev svojih korisnika.

Poslovna motivacija u odnosu na pulove podataka

Za korisnike GDSN-a obezbeđen je interaktivni pristup preko korisničkog interfejsa

omogućavajući time formiranje i postavljanje artikala, objavljivanje/pretplatu i pretraživanje. Za korisnike koji ne koriste GDSN omogućen je pristup preko korisničkog interfejsa. Posreduje u aktivnostima vezano za zahteve za izmenu; omogućava upravljanje promenama uspostavljanjem raspodelu klasifikacije; korisnicima nudi potrebnu pomoć.

Šta se događa sa podacima koji nisu obuhvaćeni sa GPC-om?

Svi artikli biće pokriveni GPC-om. Novi proizvodi mogu biti klasifikovani u okviru «Privremene klasifikacije» (broj bloka 99999999) sve do momenta definisanja klasifikacije i njenog objavljivanja od strane GPC Radne grupe.

- Komplet GPC šema objavljen je za:
- Hranu, pića i duvan
- FMCG ne-prehrambeni

proizvodi (za: negu beba; ličnu negu i higijenu; zdravstvenu zaštitu; održavanje kućne higijene; negu kućnih ljubimaca i hranu))

Ostale šeme su dostupne na pregled industrijskom sektoru:

- «Hardlines»: DIY proizvodi – uradi sam, kućni aparati, autoindustrija.
- Roba široke potrošnje: umetnička dela, narodna radinost, audio video proizvodi, kamp oprema, odeća, proizvodi iz oblasti komunikacija, računari, obuća, nameštaj, kuhinjski proizvodi, muzički instrumenti, proizvodi za ličnu upotrebu, knjige, sportska oprema, kancelarijski materijal, igračke i igre;

Da li postoji plan migracije različitih sistema klasifikacije u GPC?

Odgovornost za migraciju svojih klasifikacionih sistema u GPC snose poslovni partneri.

Brojni pulovi podataka i Organizacije članice GS1 mogu da pruže pomoć svojim korisnicima kod realizacije ovog zadatka.

Pristup GPC šemama koje se trenutno razmatraju

http://eroom.uc-council.org/eRoom/facility/AlignDataBusinessModelingGroupBMG/0_339b

Ukoliko ovaj link ne radi molimo da pokušate <http://eroom.uc-council.org>

GSMP Grupa za usklađivanje podataka za poslovanje (BRG)

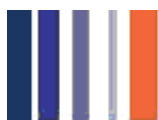
Radne grupe i Radni timovi Radna grupa za

globalnu klasifikaciju proizvoda 1 OBJAVLJENE ŠEME

Login:guest; Password: guest



12. Zaključak



Zašto je klasifikacija važna?

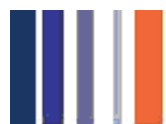
GPC je moćan alat i ključni sastavni deo zajedničkog jezika kojim je lakša komunikacija na relaciji kupac-prodavač. Ugrađen u radnu infrastrukturu, relativno je nevidljiv što ne umanjuje njegov značaj. U ovoj brošuri praktičnim primerima smo pokazali da klasifikaciju treba prihvatiti kao važni deo GS1 paketa globalnih standarda.

U celini GPC možemo okarakterisati na sledeći način:

- Zasnovan na skupu pravila GPC predstavlja fundamentalni GS1 globalni standard
- Daje opis grupe proizvoda kojoj jedan proizvod pripada a ne samog proizvoda
- Predstavlja globalni poslovni jezik korišćen kako u bilateralnim tako i multilateralnim poslovnim odnosima, s tim što ne mora da zamenjuje neki od 'lokalnih' sistema klasifikacije
- Obezbeđuje procese objavljivanja, validacije i pretpplate što predstavlja obavezno polje rada u okviru globalne mreže za sinhronizaciju podataka (GDSN)
- Podržava programe kupovina i prodaje – pretraživanje po vertikalima u oba pravca
- «Elektronski priručnik» globalnih kodova i definicija
- Korisnici su veliki i manji poslovni partneri (proizvođači, maloprodavci, distributeri), katalogi, pulovi podataka i registar
- GPC i UNSPSC su usaglašeni
- Poboljšava kvalitet informacija o proizvodu
- Isključuje nepotrebne aktivnosti i smanjuje troškove uvođenja artikla i održavanja
- Podrška izradi analize troškova, korišćenje standardizovanih proizvoda, upravlja inicijativama snabdevača za racionalizaciju
- Zasnovan na analizi tržišta
- Različitim trgovinskim partnerima ili pružaocima usluga kao trećim stranama omogućava izradu mapa, smanjujući troškove
- Omogućava grupisanje proizvoda sa kategorijama specifičnih atributa
- Omogućava velikim organizacijama-kupcima izradu elektronskih kataloga.

Ukazali smo na činjenicu da je ključ za budućnost uspostavljanje fleksibilne, globalno prihvatljive klasifikacije, čiji su korisnici svesni njenog značaja i koja će eksplicitno zadržati svoju razvojnu putanju. Najbolja od svih postojeći klasifikacija u datom momentu je ona koja se primenjuje i živi u praksi. GPC je primer klasifikacije koja je zaživela





Beleške



Srbija i Crna Gora

Bulevar AVNOJ-a 73

T + 381 11 3132 312

F + 381 11 3132 324

E office@gs1yu.org

www.gs1yu.org