



Globalni poslovni jezik

Standard za upravljanje GTIN-om

Ovaj standard je prikazan na GS1 websajtu:
<http://www.gs1.org/1/gtinrules/>

Verzija 1.1, usvojena, septembar 2023.

Ovaj dokument predstavlja prevod verzije 1.1 dokumenta GS1 „GTIN Management Standard“, septembar 2023. sa engleskog na srpski jezik.

Rezime dokumenta

| Podaci o dokumentu | |
|------------------------|--|
| Naziv dokumenta | Standard za upravljanje GTIN-om |
| Naziv originala | GTIN Management Standard |
| Datum poslednje izmene | Septembar 2023. |
| Verzija dokumenta | 1.1 |
| Izdanje dokumenta | |
| Status dokumenta | Usvojen |
| Opis dokumenta | Ovaj standard je postavljen na GS1 web-sajtu: http://www.gs1.org/1/gtinrules/ |

Saradnici pri izradi

| Ime | Organizacija |
|-------------------|--------------------------|
| Cherise Allison | Sam's Club |
| Dominique Alvarez | L'Oreal |
| Andrea Ausili | GS1 Italy |
| Nuno Azevedo | GS1 Portugal |
| Duncan Barnett | Unilever UK |
| Xavier Barras | GS1 France |
| Earl Beery | The J.M. Smucker Company |
| Robert Beideman | GS1 Global Office |
| Cassi Belazouz | GS1 France |
| Lori Bigler | The J.M. Smucker Company |
| Mats Bjorkqvist | GS1 Sweden |
| Arnaud Bonnefoy | GS1 France |
| Carol Botten | Tesco Stores Ltd. |
| Philippe Brian | Carrefour |
| Jaclyn Broomhead | GS1 UK |
| Scott Brown | GS1 US |
| David Buckley | GS1 Global Office |
| Greg Buckley | PepsiCo Inc. |
| Heather Burns | Wal-Mart Stores Inc. |
| Mike Capsambelis | Google Switzerland GmbH |
| Emanuela Casalini | GS1 Italy |
| Anthony Chan | GS1 Hong Kong |
| James Chronowski | GS1 US |
| Daniel Clark | GS1 Canada |
| Luiz Costa | GS1 Brasil |

| Ime | Organizacija |
|---------------------|--------------------------------|
| Jeffrey Cree | Ahold (USA) |
| Jay Crowley | USDM |
| Trey Davis | Alcon Labs |
| Kevin Dean | GS1 Canada |
| Robert Delp | Johnson & Johnson |
| Yolande Diaz | Carrefour |
| Deniss Dobrovolskis | GS1 Sweden |
| Camille Dreyfuss | GS1 France |
| Marcel Ducceschi | Migros-Genossenschafts-Bund |
| Mike Durning | Wakefern Food Corporation |
| Hussam El-Leithy | GS1 US |
| Steve Endacott | Tesco Stores Ltd. |
| Juliet Espinosa | GS1 Colombia |
| Filipe Esteves | GS1 Portugal |
| Véra Feuerstein | Nestle |
| Richard Fisher | DLA - DoD Logistics AIT Office |
| Stefan Gathmann | GS1 Ireland |
| Inga Gehring | REWE Group |
| Vanessa Giuliani | GS1 Italy |
| Christian Santiago | Google Inc. |
| Heinz Graf | GS1 Switzerland |
| David Hackbarth | Procter & Gamble Co. |
| Ruediger Hagedorn | The Consumer Goods Forum |
| Andrew Hearn | GS1 Global Office |
| Kurt Herregodts | GS1 Belgium & Luxembourg |
| Bernie Hogan | GS1 US |
| Mark Holmes | GS1 Global Office |
| Agata Horzela | GS1 Poland |
| Tany Hui | GS1 Hong Kong |
| Alan Hyler | GS1 Global Office |
| Marc Inderbitzin | Migros-Genossenschafts-Bund |
| Sebastián Infante | GS1 Colombia |
| Yoshihiko Iwasaki | GS1 Japan |
| Sven Jahn | Coop Genossenschaft |
| Lillian Jakubczyk | Mattel Inc |
| Richard Johnstone | GS1 UK |
| Manfred Jürgens | Migros-Genossenschafts-Bund |
| Katalin Kecskes | GS1 Hungary |
| Jennifer Keegan | Woolworths Limited |
| Brendan Kernan | GS1 Ireland |
| Werner Kolb | Unilever N.V. |

| Ime | Organizacija |
|------------------------|---------------------------|
| Thorsten Kroke | REWE Group |
| Jason Lavik | Target Corporation |
| Hanjoerg Lerch | METRO Group |
| David Little | eBay Inc |
| Jia Liu | GS1 China |
| Theresa Long | Bunge Oils |
| Elizabeth Lorkins | Unilever UK |
| Ilka Machemer | GS1 Germany |
| Maria Madalena Centeno | GS1 Portugal |
| Meg Mason | Google Switzerland GmbH |
| John McMains | Mattel Inc |
| Christine McMaster | Wakefern Food Corporation |
| Diane Mellowship | Tesco Stores Ltd. |
| Eddy Merrill | GS1 Global Office |
| Frank Metz | GS1 Germany |
| Gena Morgan | GS1 Global Office |
| Naoko Mori | GS1 Japan |
| Daniel Mueller-Sauter | GS1 Switzerland |
| Rebecca Nichols | The J.M. Smucker Company |
| Melanie Nuce | GS1 US |
| Benjamin Östman | GS1 Finland |
| Manfred Piller | GS1 Austria |
| Neil Piper | GS1 UK |
| Raymond M Poinsette | Beaver Street Fisheries |
| Christian Przybilla | GS1 Germany |
| Nadine Radomski | Dean Foods Company |
| Paul Reid | GS1 UK |
| Rob Rekrutiak | Google Switzerland GmbH |
| Barbara Richardson | Coca-Cola Company (The) |
| Rich Richardson | GS1 US |
| Erin Riggs | Procter & Gamble Co. |
| Steven Robba | 1WorldSync Holdings Inc. |
| Pere Rosell | GS1 Spain |
| John Ryu | GS1 Global Office |
| Marcelo Sa | GS1 Brasil |
| Budi Saputra | Procter & Gamble Co. |
| Matthieu Saussol | Bonduelle |
| Sue Schmid | GS1 Australia |
| Eugen Sehorz | GS1 Austria |
| Deanna Sheardown | Mattel Inc |
| David Sheldon | Nestle |

| Ime | Organizacija |
|---------------|-------------------------|
| Yuko Shimizu | GS1 Japan |
| Daseul Son | Google Switzerland GmbH |
| Simone Spring | Coop Genossenschaft |

Promene

| Izdanje | Datum promene | Izmenio | Rezime promena |
|------------|-----------------|----------------------------------|--|
| 1.0 | Jun 2016 | G. Morgan, A. Hearn & D. Buckley | WR16-012, GS1 UniqueID inicijativa: Pojednostavljanje i pojašnjenje upravljanja GTIN-om čime se pomaže poslovnim subjektima da dele detaljne informacije o proizvodu sa potrošačima u okviru današnjeg višekanalnog tržišta. |
| <u>1.1</u> | <u>Sep 2023</u> | <u>D. Mullen</u> | <u>WR 23-145 & WR 23-251, rad grupe <i>GTIN Modernisation MSWG work</i> oko utvrđivanja obima ne uključuje "Ne – nove trgovinske jedinice" i ažuriranja vezana za pakete.</u> |

Upozorenje

GS1[®], u skladu sa svojom politikom u vezi sa intelektualnom svojinom (IP), nastoji da izbegne neizvesnost u pogledu prava na intelektualnu svojinu tražeći od učesnika u Radnoj grupi koja razvija ovaj **Standard za upravljanje GTIN-om**, da su saglasni da se dopusti članicama GS1 pravo na besplatno korišćenje ili RAND dozvola za pravo na potraživanje, kako je ovaj pojam definisan u IP politici GS1. Takođe, skreće se pažnja na mogućnost da jedan ili više elemenata (delova) ove specifikacije mogu biti predmet patenta ili drugih prava intelektualne svojine koja nisu uključena u pravo na potraživanje. Pravo na svaki takav patent ili drugu intelektualnu svojinu nije predmet licencnih obaveza GS1. Čak šta više, sporazum o davanju dozvola koji pruža GS1 IP politika ne uključuje prava na IP i bilo kakva prava treće strane koja nema predstavnike u Radnoj grupi.

U skladu s tim, GS1 preporučuje da svaka organizacija, koja razvija implementaciju projektovanu u skladu sa ovom specifikacijom treba da ustanovi da li ima nekih patenata koji mogu da se odnose na specifičnu primenu koju organizacija razvija u skladu sa ovom specifikacijom i da li je potrebna licenca za korišćenje patenta ili druge intelektualne svojine. Ovo određivanje potrebe za dozvolom (licencom) treba da se učini u pogledu detalja specifičnog sistema koji projektuje organizacija u konsultaciji sa svojim savetnikom za patente.

OVAJ DOKUMENT JE DAT "OVAKAV KAKAV JESTE" BEZ BILO KAKVIH GARANCIJA, UKLJUČUJUĆI GARANCIJU TRGOVANJA (PRODAVANOSTI), DA NISU PREKRŠENA PRAVA, PODESNOSTI POSEBNOJ SVRSI, ILI DRUGU GARANCIJU KOJA PROISTIČE IZ OVOG DOKUMENTA. GS1 ovim putem odbacuje svaku odgovornost za bilo kakvu štetu, direktnu, indirektnu, logičnu, finansijsku, proisteklu iz primene ili pogrešne primene ovog standarda, uključujući odgovornost za kršenje bilo kojeg prava na intelektualnu svojinu vezano za upotrebu informacija u ovom dokumentu, ili koje se oslanjaju na ovaj dokument.

GS1 zadržava pravo da povremeno vrši izmene ovog dokumenta bez prethodnog obaveštenja. GS1 ne garantuje za upotrebu ovog dokumenta i ne snosi odgovornost za bilo kakve greške koje se mogu pojaviti u dokumentu, niti je u obavezi da ažurira informacije sadržane u njemu.

GS1 i GS1 logo su registrovani zaštitni znaci organizacije GS1 AISBL.

Sadržaj

| | | |
|----------|--|----------|
| 1 | Uvod | 7 |
| 1.1 | Vodeći principi/Poslovni zahtevi za promenom GTIN-a | 8 |
| 1.2 | Definisanje novog proizvoda i izmenjenog postojećeg proizvoda na tržištu | 8 |
| 1.3 | Pridržavanje GS1 standarda i zakonske/podzakonske regulative..... | 8 |
| 1.4 | Standard za upravljanje GTIN-om i pravo odlučivanja vlasnika brenda | 8 |
| 2 | Pravila za upravljanje GTIN-om | 9 |
| 2.1 | Uvođenje novog proizvoda..... | 9 |
| 2.2 | Deklarisana formulacija ili funkcionalnost..... | 10 |
| 2.3 | Deklarisan neto sadržaj..... | 12 |
| 2.4 | Izmena dimenzija ili bruto težine | 13 |
| 2.5 | Dodavanje ili uklanjanje sertifikacionog znaka | 14 |
| 2.6 | Primarni brend (marka)..... | 14 |
| 2.7 | Vremenski ograničen ili promotivni proizvod..... | 15 |
| 2.8 | Količina u pakovanju/sanduku | 16 |
| 2.9 | Unapred definisan asortiman..... | 17 |
| 2.10 | Cena na pakovanju..... | 18 |

1 Uvod

Globalni broj trgovinske jedinice (GTIN) predstavlja globalno rešenje za lanac snabdevanja jer identifikuje svaku trgovinsku jedinicu za koju postoji potreba za pretraživanjem (korišćenjem) već definisanih informacija, kojoj može da se odredi cena, ili koja može da se naruči, ili fakturiše u bilo kojem delu bilo kojeg lanca snabdevanja.

Standard za upravljanje globalnim brojem trgovinske jedinice (Global Trade Item Number, GTIN) je projektovan sa ciljem da se pomogne privrednicima da donose konzistentne odluke u vezi sa jedinstvenom identifikacijom trgovinskih jedinica u otvorenim lancima snabdevanja. Ovaj standard je razvijen u skladu sa procesom upravljanja GS1 globalnim standardima (GSMP - Global Standards Management Process) i predstavlja deo GS1 sistema standarda. Ukoliko se svi partneri u lancu snabdevanja budu pridržavali ovog standarda za upravljanje GTIN-om, troškovi poslovanja će se minimizirati.

Jedinstvena identifikacija trgovinskih jedinica je ključna za povećanje efikasnosti rada jer se poslovni partneri oslanjaju na razmenu informacija o proizvodima datih na jedinstven način, a isto tako, obezbeđuje se nesmetano odvijanje operacija u globalnim lancima snabdevanja. Takođe, jedinstvena identifikacija trgovinskih jedinica je od presudne važnosti prilikom usklađivanja sa različitim propisima širom sveta. I najzad, jedinstvena identifikacija, kao i obaveštavanje trgovinskih partnera o izmenama u vezi sa trgovinskim jedinicama su od suštinskog značaja da se obezbedi da se na polici u prodavnici nađe pravi proizvod, kao i da potrošaču bude predstavljen i ispravno označen (opisan) na platformi e-trgovine.

1.1 Vodeći principi/Poslovni zahtevi za promenom GTIN-a

Standard za upravljanje GTIN-om je industrijski standard kojim se poboljšava poslovna praksa i povećava korisnost za potrošača, naročito kada se za postojeći proizvod *menja* već definisani podatak (informacija) ili kada se prvi put uvodi novi proizvod. Ovaj Standard za upravljanje GTIN-om se **NEĆE** koristiti za identifikaciju "*Ne-novih trgovinskih jedinica*". Za pravila o identifikaciji "*Ne-novih trgovinskih jedinica*" pogledajte GS1 Opšte specifikacije, sekciju 2.1.15. Svaki vlasnik brenda, kada vrši izmene postojećeg proizvoda, kao i kada razvija strategiju dodeljivanja GTIN-a za novi proizvod, treba da razmotri sledeće vodeće principe.

1. Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih/postojećih proizvoda?
2. Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru?
3. Da li postoji značajan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)?

Da bi GTIN bio promenjen, mora biti primenjen najmanje jedan od ovih vodećih principa.

1.2 Definisanje novog proizvoda i izmenjenog postojećeg proizvoda na tržištu

Kada se donosi odluka o identifikaciji proizvoda, važno je da se prepoznaju razlike između NOVOG proizvoda i postojećeg proizvoda na tržištu na kojem su izvršene izmene.

Novi proizvodi su oni koji se ne nalaze u tekućoj ponudi proizvoda vlasnika brenda i novi su za tržište. Standard za upravljanje GTIN-om zahteva da, ako je proizvod nov na tržištu, treba obavezno da se označi novim GTIN-om radi preciznog razlikovanja novog proizvoda od bilo kog postojećeg proizvoda na tržištu.

Izmenom postojećih proizvoda ("izmenjeni proizvodi") smatra se da su proizvodi zamenjeni (njihova prethodna verzija neće više postojati a u promet se stavlja izmenjen proizvod i o tome odlučuje vlasnik brenda). Standard za upravljanje GTIN-om definiše kada je izmena nekih atributa postojećeg proizvoda na tržištu takva da se zahteva dodela novog GTIN-a.

- **Novi proizvod:** "Novi proizvod" se definiše kao proizvod koji do sada nije postojao, ili nije bio raspoloživ za prodaju i predstavlja dopunu ponude (portfolija) vlasnika brenda tj. nov je za tržište.
- **Izmenjen proizvod:** Postojeći proizvod koji se već nalazi u ponudi vlasnika brenda i raspoloživ je na tržištu, ali su neki njegovi atributi izmenjeni.

1.3 Pridržavanje GS1 standarda i zakonske/podzakonske regulative

Standard za upravljanje GTIN-om sadrži minimalne zahteve. Korisnicima ovog standarda se savetuje da istraže da li možda na njihovom tržištu ima propisa koji su stroži i kojih MORAJU da se pridžavaju.

Svi zakonski i podzakonski propisi imaju prvenstvo u odnosu na Standard za upravljanje GTIN-om.

1.4 Standard za upravljanje GTIN-om i pravo odlučivanja vlasnika brenda

Standard za upravljanje GTIN-om predstavlja minimum promena GTIN-a o kojima privredni subjekt donosi odluku. Vlasnici brenda mogu da promene GTIN jednog proizvoda toliko puta koliko smatraju da je odgovarajuće na osnovu svojih potreba, kao i potreba njihovih potrošača i trgovinskih partnera, a na bazi vodećih principa definisanih u sekciji [1.1](#).

2 Pravila za upravljanje GTIN-om

U nastavku su dati detalji koji definišu kada MORA da se dodeli novi GTIN (NOVI PROIZVOD) a kada da se promeni GTIN (IZMENJEN PROIZVOD) da bi se postigla usaglašenost sa ovim standardom.

Pravila za upravljanje GTIN-om definišu kada treba promeniti GTIN na nivou potrošačke trgovinske jedinice (osnovna jedinica), kao i na višim nivoima trgovinskih jedinica (npr. sanduk, paleta) koji postoje i primenjuju se u procesima distribucije.

Važno je da sva pravila za upravljanje GTIN-om treba da se uzimaju u obzir kada se donosi konačna odluka o tome da li treba promeniti GTIN, ili ne.

2.1 Uvođenje novog proizvoda

"Novi proizvod" se definiše kao proizvod koji do sada nije postojao, ili nije bio raspoloživ za prodaju i predstavlja dopunu ponude (portofolija) vlasnika brenda tj. nov je za tržište.

Za svaki novi proizvod dodeljuje se novi GTIN.

Hijerarhijski nivoi dodeljivanja GTIN-a

- GTIN se dodeljuje na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice (osnovne jedinice).
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom nivou u hijerarhiji pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice (osnovne jedinice).

| Naziv GTIN pravila | Novi GTIN za nivo maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice (osnovne jedinice)? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|--------------------------|---|--|
| Uvođenje novog proizvoda | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju dodeljivanje GTIN-a

- Proizvođač mobilnog telefona u ponudi svog proizvoda dodaje model sa novim karakteristikama.
- U proizvodnji se uključuje proizvod sa ukusom ili aromom koji nisu postojali u ponudi vlasnika brenda a što je dodatak drugim ukusima ili aromama u njegovoj ponudi.
- Pakovanje proizvoda je na engleskom jeziku a kreirana je i verzija istog proizvoda samo na španskom jeziku.
- Sezonska izmena (modifikacija) proizvoda kada vlasnik brenda očekuje da potrošač/trgovinski partner može jedinstveno da naruči (razlikuje) proizvod.
- Novi model televizora sa novim funkcijama (npr. WiFi i TV uživo preko Interneta).
- Nova linija džins odeće koja uključuje razne veličine određenog modela i boje džinsa (30x30, 30x32, 32x30, 32x32 itd.). Varijanta svakog modela, boje i veličine smatra se jedinstvenim proizvodom i dodeljuje joj se jedinstveni GTIN.
- Promena berbe grožđa (godine proizvodnje) boce vina je takva da potrošač prepoznaje da se radi o različitom kvalitetu u odnosu na predhodnu godinu TAKO DA SE ovo vino ne smatra kao "izmena" ili isti proizvod, već kao novi i jedinstveni proizvod.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih/tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|--------------------------|---|---|---|
| Uvođenje novog proizvoda | DA | DA | DA |

2.2 Deklarisana formulacija ili funkcionalnost

“Funkcionalnost” se definiše kao posebna upotreba ili skup upotreba za koje se nešto projektovalo. “Formulacija” se definiše kao lista sastojaka ili komponenata koje su upotrebene za izradu trgovinske jedinice.

Ovaj Standard za upravljanje GTIN-om **NE** obuhvata slučajeve identifikacije “*Ne-novih trgovinskih jedinica*”. Za pravila o identifikaciji “*Ne-novih trgovinskih jedinica*” pogledajte GS1 Opšte specifikacije, sekciju 2.1.15.

Novi GTIN se zahteva kod izmene formulacije ili funkcionalnosti postojeće trgovinske jedinice, koje utiču na izmenu zakonski obavezne deklaracije na pakovanju proizvoda i kod kojih vlasnik brenda očekuje da potrošač ili partner u lancu isporuke prepozna razliku. Oba uslova moraju biti ispunjena da bi se dodelio novi GTIN.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Promena GTIN-a mora da se izvrši na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice /osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|--|---|--|
| Deklarisana formulacija ili funkcionalnost | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju promenu GTIN-a

- Proizvod sadrži orahe, čime se uvodi novi alergen koji na osnovu zakona mora da se unese u deklaraciju i što mora da bude uočljivo potrošaču.
- Izmena formulacije koja se sastoji u smanjenju šećera za 50%, sada deklariše trgovinsku jedinicu kao proizvod “sa malo šećera”.
- Amonijak (potencijalno opasan sastojak) je dodat formuli što može da stvori problem kod potrošača/trgovinskog partnera tokom upotrebe ili skladištenja proizvoda.
- Prethodno zamrznut losos se sada prodaje kao svež losos.

Dodatne informacije

- Dodeljivanje novog GTIN-a se **NE** zahteva kada je deklarisana postojeća funkcionalnost koja je i ranije postojala ali nije bila deklarisana na pakovanju, a sada je dodata na novo pakovanje.
- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila data u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|--|---|---|---|
| Deklarisana formulacija ili funkcionalnost | DA | DA | DA |

2.3 Deklarisan neto sadržaj

“Neto sadržaj” se definiše kao količina proizvoda (koji služi za potrošnju) sadržanog u okviru trgovinske jedinice, koja je deklarirana na etiketi i može da izrazi: neto težinu, zapreminu, broj, jedinice, itd.

Svaka izmena (povećanje ili smanjenje) zakonski zahtevanog deklarisanog neto sadržaja odštampanog na pakovanju, zahteva dodeljivanje novog GTIN-a.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Promena GTIN-a se vrši na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice / osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom postojećem nivou hijerarhije pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice / osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|-------------------------|---|--|
| Deklarisan neto sadržaj | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju promenu GTIN-a

- Deklarisan broj pelena u pakovanju pelena za jednokratnu upotrebu menja se od 14 na 12 komada.
- Deklarisana neto težina kese slanog keksa povećava se od 680 g (24 oz) na 794 g (28 oz).
- Deklarisan broj žileta u pakovanju menja se od 4 na 6.
- Bonus količina proizvoda je sada uključena u pakovanje i u deklaraciju za potrošača. Na primer, pakovanje koje je sadržavalo 4 komada balzama za usne je povećano i sada sadrži 6 komada i deklarirane se kao Bonus pakovanje 6 komada. Dodatna 2 proizvoda su prikazana potrošaču kroz deklaraciju (jer pakovanje sada sadrži 6 komada).

Dodatne informacije

- Zahtevi ne uključuju nikakve marketinške deklaracije ili preporuke za potrošače, osim ako se ne odnose direktno na određivanje cene, marku, državne propise. Na primer: preporučena veličina porcije.
- Deklarisan neto sadržaj je onaj koji se nalazi na etiketi na polici prodavnice, kao i onaj, za potrošača, koji navodi cenu po jedinici. Bitna je tačnost i sinhronizacija podataka za ove obe namene, a nepridržavanje može imati za rezultat kaznene mere.
- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila data u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|-------------------------|---|---|---|
| Deklarisan neto sadržaj | DA | DA | DA |

2.4 Izmena dimenzija ili bruto težine

Izmena fizičke dimenzije preko 20% u smeru bilo koje ose ili u pogledu bruto težine zahteva dodeljivanje novog GTIN-a.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Promena GTIN-a se vrši na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice / osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom postojećem hijerarhijskom nivou pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|-----------------------------------|---|--|
| Izmena dimenzije ili bruto težine | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju promenu GTIN-a

- Bruto težina proizvoda povećana je za 50% od 0,34 kg (0.75 lb) na 0,68 kg (1.5 lb) zbog promene materijala pakovanja (od plastike u staklo).
- Visina kutije deterdženta za pranje je promenjena za 40% od 7,6 cm (3 in) na 10,64 cm (4.2 in).
- Orijehtacija sanduka ili palete (nema promene kod jedinice koja je sadržana) može se izmeniti tako da je promena po jednoj ili više osa.

Dodatne informacije

- Ovaj deo standarda se primenjuje samo na izmene dimenzija i bruto težine proizvoda. Za svaku izmenu neto sadržaja postupka se prema pravilu za "Deklarisan neto sadržaj".
- Česte kumulativne izmene pri kojima se ne menja GTIN, a da bi se izbeglo pravilo od 20%, je neprihvatljiva praksa. Trgovinski partneri treba da se obaveštavaju o svim izmenama dimenzija. Kumulativne izmene bi mogle stvoriti probleme za trgovinske partnere i mogu ometati protok (kretanje) proizvoda.
- Videti GS1Standard za merenje pakovanja i proizvoda (GS1 Package and Product Measurement Standard) za konzistentan, ponovljiv proces određivanja mera datog pakovanja proizvoda.
- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila utvrđena u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|-----------------------------------|---|---|---|
| Izmena dimenzija ili bruto težine | DA | NE | DA |

2.5 Dodavanje ili uklanjanje sertifikacionog znaka

Izmena na pakovanju koja se sastoji u dodavanju novog ili uklanjanju postojećeg sertifikacionog znaka (npr. košer, UL ili CE), koja ima značaja za regulatorne državne organe, trgovinske partnere ili krajnjeg potrošača, zahteva dodeljivanje novog GTIN.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Promena GTIN-a se vrši na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice / osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom postojećem hijerarhijskom nivou pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|--|---|--|
| Dodavanje ili uklanjanje sertifikacionog znaka | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju promenu GTIN-a

- Uklanjanje Halal ili Košer sertifikacionog znaka sa pakovanja proizvoda.
- Dodavanje loga "Energetska efikasnost" dobijenog od ovlašćene vladine agencije.
- Uklanjanje sertifikacionog znaka: ORGANIC.

Dodatne informacije

- Za svrhe interpretacije ovog pravila, sertifikacioni znak je simbol, logo ili tekst na proizvodu kojim se deklarira da proizvod ispunjava posebne kriterijume i standarde u pogledu formulacije, berbe, obrade ili izrade (npr. evropski sertifikacioni znak) koji može da se eksterno verifikuje od strane sertifikacionog državnog tela ili državne ili privatne agencije.
- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila utvrđena u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|--|---|---|---|
| Dodavanje ili uklanjanje sertifikacionog znaka | DA | DA | DA |

2.6 Primarni brend (marka)

Primarni brend je marka koja je najprepoznatljivija za potrošača, koju određuje vlasnik brenda i koja se može izraziti logom i/ili rečima.

Izmena primarnog brenda koji se nalazi na trgovinskoj jedinici zahteva dodeljivanje novog GTIN-a.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Promena GTIN-a se vrši na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice / osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom postojećem hijerarhijskom nivou pakovanja iznad novoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|------------------------|---|--|
| Primarni brend (marka) | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju promenu GTIN-a

- Naziv kompanijskog primarnog brenda je izmenjen od "Old Edge Computers" u "Leading Edge Computers".

Dodatne informacije

- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila utvrđena u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od predhodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (napr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|------------------------|---|---|--|
| Primarni brend (marka) | DA | NE | NE |

2.7 Vremenski ograničen ili promotivni proizvod

Izmena proizvoda da bi bio promotivni (uključujući izmene pakovanja) vezano za specifični događaj ili datum, koja zahteva posebno rukovanje u lancu snabdevanja da bi se obezbedilo da trgovinska jedinica bude raspoloživa za prodaju u toku određenog vremenskog perioda, zahteva dodeljivanje novog GTIN-a.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Ne zahteva se promena GTIN-a na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje na svakom postojećem hijerarhijskom nivou pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|---|---|--|
| Vremenski ograničen ili promotivni proizvod | NE | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju jedinstveni GTIN na višem nivou pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta):

- Besplatna probna jedinica (koja nije identifikovana svojim sopstvenim GTIN-om) je priključena postojećoj jedinici u promotivnom periodu, deklarisan neto sadržaj originalne jedinice je nepromenjen i dimenzije pakovanja ili bruto težina proizvoda NISU izmenjene za više od 20%.
- U periodu od dva meseca, slike praznika su prikazane na proizvodu. Božićna drvca su dodata na pakovanje maramica.
- Jedinstveno pakovanje proizvoda je uvedeno za "Početak školske godine".
- Logo Svetskog kupa je dodat na pakovanje proizvoda za određeni vremenski period.
- Za određeni vremenski period, proizvođač je priključio kupon za smanjenje cene za 1\$ "Giant" velikoj boci deterdženta za pranje veša. Kupon je namenjen za otkup u trenutku kupovine.
- Promociona verzija proizvoda je započeta sa tekstem "Specijalna ponuda" odštampanim na pakovanju.

Dodatne informacije

- Za vremenski ograničene promocije ne treba da se promeni GTIN za nivo maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/ osnovne jedinice, ali za svrhe sledljivosti u lancu isporuke, sanduci i palete (zbirna pakovanja) treba da budu jedinstveno identifikovani.
- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila utvrđena u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|---|---|---|---|
| Vremenski ograničen ili promotivni proizvod | DA | NE | DA |

2.8 Količina u pakovanju/sanduku

Izmena broja trgovinskih jedinica u sanduku ili izmena količine sanduka u unapred definisanoj konfiguraciji palete, zahteva dodeljivanje novog GTIN-a.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Jedinstveni GTIN se dodeljuje na svakom postojećem hijerarhijskom nivou pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|------------------------------|---|--|
| Količina u pakovanju/sanduku | - <i>Slučaj se ne odnosi na ovaj nivo pakovanja</i> | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju jedinstveni GTIN na višem nivou pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta):

- Izmena konfiguracije sanduka od sadržanih 8 trgovinskih jedinica na sadržanih 12 trgovinskih jedinica zahteva da se sanduk jedinstveno identifikuje.

- Izmena konfiguracije palete od sadržanih 12 sanduka na sadržanih 16 sanduka zahteva da paleta bude jedinstveno identifikovana.

Dotatne informacije

- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila utvrđena u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (napr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|------------------------------|---|---|--|
| Količina u pakovanju/sanduku | NE | DA | DA |

2.9 Unapred definisan asortiman

Unapred definisan asortiman je vrsta asortimana/pakovanja fizičkih trgovinskih jedinica koje sadrži fiksni sastav od dve ili više trgovinskih jedinica koje se kombinuju i prodaju zajedno kao jedna fizička trgovinska jedinica.

Izmena, dodatak ili zamena jedne ili više trgovinskih jedinica uključenih u unapred definisan asortiman zahteva dodeljivanje novog GTIN-a.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Promena GTIN-a se vrši na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice / osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom postojećem hijerarhijskom nivou pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|-----------------------------|---|--|
| Unapred definisan asortiman | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju promenu GTIN-a

- Varijetet mirisa u pakovanju od tri parfema je izmenjen jer je jedna od bočica zamenjena bočicom sa novim mirisom.
- Kombinovano pakovanje šampona i balzama je promenjeno i sada sadrži šampon i hidrirajuću masku za kosu.
- Pakovanje koje sadrži više majica plave boje je izmenjeno i žuta majica zamenjuje jednu od postojećih plavih majica.

Dotatne informacije

- Pojedinačne trgovinske jedinice uključene u asortiman su eksplicitno definisane od strane trgovinskih partnera i nose svoj sopstveni, jedinstveni GTIN, drugačiji od GTIN-a dodeljenog asortimanu.

- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila utvrđena u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|-----------------------------|---|---|---|
| Unapred definisan asortiman | DA | DA | DA |

2.10 Cena na pakovanju

'Cena na pakovanju' se definiše kao slučaj kada vlasnik brenda uključi prethodno određenu cenu kao deo grafike na pakovanju. To nije cena označena na kartici, nalepnici, privesku ili nečem drugom što se može ukloniti sa pakovanja ili proizvoda.

Svako dodavanje, promena ili uklanjanje cene označene direktno na pakovanju proizvoda (što se inače ne preporučuje), zahteva dodeljivanje novog GTIN-a.

Hijerarhijski nivo promene GTIN-a

- Promena GTIN-a se vrši na nivou maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice / osnovne jedinice.
- Jedinstveni GTIN se dodeljuje i na svakom postojećem hijerarhijskom nivou pakovanja iznad nivoa maloprodajne potrošačke trgovinske jedinice/osnovne jedinice.

| Naziv GTIN pravila | Promena GTIN za maloprodajnu potrošačku trgovinsku jedinicu / osnovnu jedinicu? | Novi GTIN za viši nivo pakovanja (npr. paket, sanduk, paleta)? |
|--------------------|---|--|
| Cena na pakovanju | DA | DA |

Primeri poslovnih scenarija koji zahtevaju promenu GTIN-a

- Unapred odštampana cena na pakovanju se menja od €3 na €2.
- Prodajna cena od €8 dodata je na pakovanje proizvoda.
- Preporučena je proizvodna maloprodajna cena (The Manufacturing Suggested Retail Price-MSRP) od \$2.19 i uključena je u grafiku pakovanja.

Dodatne informacije

- Postoji opasnost da se deklarirana cena za potrošača (odštampana na pakovanju) razlikuje od cene koja se naplaćuje (cena u maloprodajnom sistemu). Prema zakonskim propisima o određivanju cene normalno je da prikazana cena mora da bude jednaka (ili veća nego) ceni koja tereti potrošača. Zbog ovih izazova se strogo preporučuje da pakovanje ne sadrži unapred odštampanu cenu.
- Lokalnim, nacionalnim ili regionalnim propisima mogu da se zahtevaju češće promene GTIN-a. Ti propisi imaju prednost u odnosu na pravila utvrđena u ovom standardu.

Primena vodećih principa

| Naziv GTIN pravila | Da li se od potrošača i/ili trgovinskog partnera očekuje da razlikuje izmenjen ili novi proizvod od prethodnih / tekućih proizvoda? | Da li već postoje regulatorni zahtevi/obaveze prema potrošaču i/ili trgovinskom partneru? | Da li postoji znatan uticaj na lanac snabdevanja (npr. kako se proizvod otprema, skladišti, prima)? |
|--------------------|---|---|---|
| Cena na pakovanju | DA | DA | DA |