

# Глобальный классификатор продуктов (GPC)

Единый язык классификации товаров

Издание первое  
Апрель 2006

## Stimați Cititori!

În anul 2005 s-a comasat două organizații internaționale, lideri în domeniu identificării și codificării de bare a produselor, EAN International și UCC în unica organizație GS1 (Global Standard One). După zece ani de activitatea asociației EAN Moldova – membru al organizației internaționale EAN Internațional, cu dreptul exclusiv de a implementa sistemul codificării de bare EAN\*UCC pe teritoriul Moldovei – organizației i-a fost atribuit numele de GS1 Moldova.

Una din direcțiile de bază a organizației GS1 reprezintă crearea Registrului Mondial a produselor. Conform părerilor cercetătorilor a acestui proiect, în viitorul apropiat TOȚI producătorii a produselor vor publica informația despre produsele sale, iar comercianții a ÎNTREGULUI glob va avea posibilitate de a se înscrie la această informație.

Părțile componente ale Registrului Mondial sunt:

- Rețeaua mondială GS1 Net (subrețeaua Internet), ce întrunește Bancile de date Internaționale, Regionale și Naționale (în care participanții publică sau semnează documentele referitor la primirea informației despre produse și servicii);
- Sistemul GDSN, ce asigură sincronizarea globală a datelor (o informație nouă despre produse momental devine cunoscută tuturor subsemnatelor);
- Clasificatorul GPC, ce permite căutarea rapidă a produselor necesare și serviciilor;
- Protocolele BMS, limbajul de comunicare dintre participanții Registrului Mondial (culegerea șabloanelor documentelor electronice, cu care se face schimbul dintre partenerii de afaceri în cadrul unui încheierii afacerilor).

Menirea noastră este de a pregăti și învăța membrii ai Asociației cu scopul intrării în Registrul Mondial – ceea ce va contribui la promovarea produselor moldovenești pe piața mondială. În această broșură noi ne străduim să vă aducem la cunoaștință despre pașii Dvs, la fiecare din care GS1 va acorda ajutorul necesar.

### 1. Introducerea unor modificări în baza de date referitor la produsele Dvs.

Toată informația despre produsele Dvs, ce se păstrează în baza de date a GS1 Moldova, poate fi completată cu caracteristicile (până la șapte atribute), luate din clasificatorul GPC.

### 2. Instruirea utilizatorilor potențiali a Registrului Mondial.

Procesul de studiere va consta din două etape:

- descrierea detaliată a informației despre produse (până la 80 de caracteristici incluzând prețurile la diferite piețe);
- compunerea mesajelor electronice de bază cu scopul comunicării cu partenerii de comerț (până la 50 de mesaje diferite, din care 6 sunt de bază).

### 3. Alegerea Providerului.

Actualmente există un șir de bănci de date regionale cu certificare și provideri ce predispun de așa servicii: în America de Nord – UCCnet (GS1 US), în America Latină - Cabasnet (GS1 Columbia), în Europa – SINFOS (GS1 Germany). Provideri de bază sunt companiile americane (mai bine zis transnaționale) GXS, RosettaNet, Transora. Cu regret, printre membrii ai Registrului Mondial sunt puține întreprinderi mici și medii – cauza este cunoscută – ca să fii așa membru este necesar un aport bănesc însemnat. Însă procesul de creare a noilor bănci de date merge foarte rapid, în particular, GS1 Romania și un șir de organizații naționale din țările vecine (la fel și noi) au dorința de a crea Banca de date a Țărilor Baltice.

Dvs vă puteți familiariza cu lucrul Clasificatorului GPC pe web-situl [www.gs1md.org](http://www.gs1md.org)

Cu respect,  
Directorul general

Galina Bîrsanu

## Дорогие читатели!

В 2005 году произошло объединение двух международных организаций, лидеров в области идентификации и штрихового кодирования товаров, EAN International и UCC, в единую организацию GS1 (Global Standard One). Ассоциации EAN Moldova, члену международной организации EAN International, обладающей эксклюзивными правами использования системы штрихового кодирования EAN.UCC на территории Молдовы, было присвоено новое имя - GS1 Moldova.

Одним из приоритетных направлений GS1 является создание Мирового Регистра товаров. По мнению разработчиков этого проекта именно в нем, в недалеком будущем ВСЕ производители товаров будут публиковать информацию о своих товарах, а коммерсанты ВСЕГО мира будут подписываться на эту информацию.

Составными частями Мирового Регистра являются:

- Мировая сеть GS1 Net (подсеть Internet), объединяющая Международные, Региональные и Национальные Банки Данных (в которых участники публикуют или подписываются на получение информации о товарах и услугах);
- Система GDSN, обеспечивающая глобальную синхронизацию данных (новая информация о товаре мгновенно становится известной подписчикам);
- Классификатор GPC, помогающий осуществлять быстрый поиск нужных товаров и услуг;
- Протоколы BMS, язык общения участников Мирового Регистра (набор шаблонов электронных документов, которыми обмениваются торговые партнеры при заключении сделок).

Нашей задачей является подготовка и обучение членов Ассоциации для вступления в Мировой Регистр, что будет способствовать продвижению молдавских товаров на мировой рынок. В этой брошюре мы попытаемся рассказать о Ваших конкретных шагах, на каждом из которых GS1 Moldova будет оказывать посильную помощь.

### 1. Шаг - внесение изменений в базу данных о Ваших товарах.

Всю информацию о Ваших товарах, хранящуюся в базе данных GS1 Moldova, необходимо пополнить характеристиками (до семи атрибутов), взятыми из классификатора GPC.

### 2. Шаг – обучение потенциальных пользователей Мирового Регистра.

Процесс обучения будет состоять из двух этапов:

- подробное описание информации о товаре (до 80 характеристик, включая цены на различных рынках);
- составление основных электронных сообщений для общения с торговыми партнерами (до 50 различных сообщений, из которых 6 являются основными).

### 3. Шаг - выбор Провайдера.

В настоящее время существует ряд сертифицированных региональных банков данных и провайдеров таких услуг: в Северной Америке – UCCnet (GS1 US), в Латинской Америке – Cabasnet (GS1 Columbia), в Европе – SINFOS (GS1 Germany). Крупнейшими провайдерами являются американские (точнее транснациональные) компании GXS, RosettaNet, Transora. К сожалению, среди членов Мирового Регистра еще очень мало средних и малых предприятий – причина понятна – такое членство требует немалых денег. Но процесс создания новых банков данных идет бурными темпами. В частности, GS1 Romania и ряд национальных организаций соседних стран (в том числе и мы) просчитывают возможность создания Банка данных Балканских стран.

На нашем web-site - [www.gs1md.org](http://www.gs1md.org) - Вы можете познакомиться с работой классификатора GPC.

С уважением,  
Генеральный директор GS1 Moldova

Галина Бырсану

---

# Содержание



|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Введение</b>                                                                                  | <b>4</b>  |
| Основная причина                                                                                    |           |
| Сравнительный анализ                                                                                |           |
| Почему мы классифицируем товары?                                                                    |           |
| Почему нам нужна общепризнанная, гибкая, адаптируемая и актуальная система классификации?           |           |
| <b>2. GPC - Глобальный Классификатор Продуктов</b>                                                  | <b>7</b>  |
| Почему GPC?                                                                                         |           |
| Что лежит в основе GPC как промышленного стандарта?                                                 |           |
| Какая система классификации используется в Глобальной Сети Синхронизации Данных (GDSN)?             |           |
| Какие выгоды от использования GPC в GDSN?                                                           |           |
| Какая разница между атрибутом в Глобальном Словаре Данных (GDD) и атрибутом группы продуктов в GPC? |           |
| Отдельный продукт в сравнении с группой продуктов                                                   |           |
| <b>3. Формат и структура схемы GPC</b>                                                              | <b>10</b> |
| GPC Основные принципы                                                                               |           |
| Структура схемы                                                                                     |           |
| Пример Группы товаров                                                                               |           |
| <b>4. Создание схемы - Сотрудничество отраслей</b>                                                  | <b>12</b> |
| Общие бизнес-правила схемы                                                                          |           |
| Правила иерархии GPC                                                                                |           |
| Правила построения Группы Товаров (Brick)                                                           |           |
| Правила на Атрибуты                                                                                 |           |
| Правила на Значения                                                                                 |           |
| Система нумерации в структуре GPC                                                                   |           |
| Правила на коды в GPC                                                                               |           |
| <b>5. Главная область использования</b>                                                             | <b>16</b> |
| Синхронизация данных                                                                                |           |
| Проекты Категорного менеджмента                                                                     |           |
| Программы закупок - Поиск продукта                                                                  |           |
| Оценки эффективности работы внутри и вне компании                                                   |           |





|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>6. Применения схемы GPC</b>                                  | <b>18</b> |
| Создание/ Легализация информации                                |           |
| Перед отображением - Уяснение Логике                            |           |
| Отображение                                                     |           |
| Примены отображений                                             |           |
| Передача данных / Информация в магазине                         |           |
| Использование информации                                        |           |
| <b>7. Примеры практического применения:</b>                     |           |
| <b>Что это дает мне ?</b>                                       | <b>20</b> |
| Если я произвожу товары                                         |           |
| Если я продавец                                                 |           |
| Если я предоставляю услуги                                      |           |
| <b>8. Согласование классификаторов</b>                          |           |
| <b>GPC и UNSPSC</b>                                             | <b>21</b> |
| Потенциальные выгоды согласования систем                        |           |
| <b>9. Управление системой GPC</b>                               | <b>22</b> |
| Согласованная версия GPC и GDSN                                 |           |
| Процесс развития схемы GPC, инициируемый Запросами на Изменение |           |
| <b>10. Уровень развития структуры GPC</b>                       | <b>24</b> |
| <b>11. Предложение к работе</b>                                 | <b>25</b> |
| Способ участия в работе над развитием схемы GPC                 |           |
| <b>12. Выводы</b>                                               | <b>26</b> |
| Почему на м нужен классификатор?                                |           |

# 1. Введение



## Основная причина

широкого внедрения и обучения работе с Глобальным Классификатором Продуктов, как основополагающего стандарта - обеспечение высокого уровня достоверности данных.

## Оценка

специалистов организации Глобальная Коммерческая Инициатива (GCI) : « К 2007 году 80% товаров, размещенных в электронных каталогах, будут описаны с помощью Глобального Классификатора Продуктов»



## Почему мы классифицируем товары?

Практически любой аспект нашей жизни подвержен систематизации. Мы классифицируем почти все, разбивая наш мир на произвольное множество категорий. Разные люди систематизируют вещи различными способами. Некоторые помещают носки разных цветов в один ящик; другие могут отделять белые носки от носков другого цвета.

В бизнесе классификация является необходимостью. Даже на уровне переговоров двух торговых партнеров, общие определения необходимы. Обсуждение сделки ведется на уровне общих группировок продуктов. Производитель молочных продуктов и розничный продавец бакалеи договариваются на базе групп молочных продуктов.

Нет классификационной системы «лучше» другой по существу. Ценность системы классификации - показатель ее успеха. Различные люди имеют различные нужды, поэтому то, что работает для одного, может не работать для другого. Тем не менее, этот недостаток универсальности любой системы не может являться причиной не использовать системы.

Однако, несмотря ни на что, мы не можем отказаться от группировок, организации, классификации.

## Почему нам нужна общепризнанная, гибкая, адаптируемая и актуальная система классификации?

Основная идея разбиения продуктов внутри продовольственного магазина исторически базировалась на организации магазина в виде отдельных секций. Эта структура основывалась на таких критериях как: умение работников, температура хранения продуктов, происхождение и их сходство. Структура приобретаемых товаров, с другой стороны, фокусировалась на поставщиках как основе группировок продуктов.

Покупатели группировали поставщиков с похожими товарами - это делалось для достижения максимальной эффективности при транспортировке продуктов. Если отдельный работник контролировал целый ряд продуктов от поставщика, то стоимость перевозки и инвентаризации могла быть минимизирована. Поставщики также придерживались своей собственной системы классификации товаров,







и эта система также нежестко использовала некоторые общие свойства продуктов. И это все варьировалось от поставщика к поставщику.

С пришествием в торговлю Категорного Менеджмента критерии классификации в розничной торговле остались неизменными. Новые систематизации еще больше стали похожи на способ группировки товаров в магазинах и на идеи их построения. В то время как схемы продавцов оставались неизменными, схемы поставщиков стали улучшаться с приходом новых классификаторов от ACNielsen, IRI, GFK, и т.д..

Обычной задачей для многих розничных торговцев было, при появлении нового товара, помещение его в структуру, которую он использовал. В прошлом одной из проблем при передаче данных о новом товаре по сети была невозможность отождествлять конкретный товар с розничной организацией. Протоколы EDI не имели способа передачи данных о получении товара обратно продавцу. В отличие от других сообщений, таких как Счет на Оплату или Прайс-Лист, ответ продавца по новым товарам должен был передаваться вручную. Эта связь устанавливалась продав-

цом, когда этот товар предназначался конкретному покупателю, обычно в виде

«Бланка на новый товар».

UCCnet в конце 90-х годов ввел понятие синхронизации. Это было решением двух проблем, присущих протоколу электронного обмена данными (EDI).

Во-первых, синхронизация базируется на множестве определенных правил, которые торговец может использовать для своих внутренних систем. Во-вторых, употребление общей структуры категорий используется для передачи данных о новом продукте между продавцом и покупателем. Однако, это принуждает и поставщика и покупателя делать выбор между использованием новой структуры внутри компании или отображением их существующей системы в новую. Уровень затрат зависит от того, насколько эти системы близки. Отображение становится «многие ко многим» когда информацию получают многочисленные покупатели. Однако без выбора отображений ситуация становится весьма усложненной так как необходимо вести несколько систем для сохра-

нения информации об одних и тех же объектах.

Хотя в настоящее время нет общепризнанных способов классификации товаров, торговые партнеры

Исследования показывают, что есть три типа организаций в отношении использования систем классификации:

- Организации использующие в своей работе более одной системы (~30 %)
- Организации использующие только одну систему классификации (~27 %)
- Организации не использующие никакой системы (~43 %)

должны создавать общий язык группировки товаров.

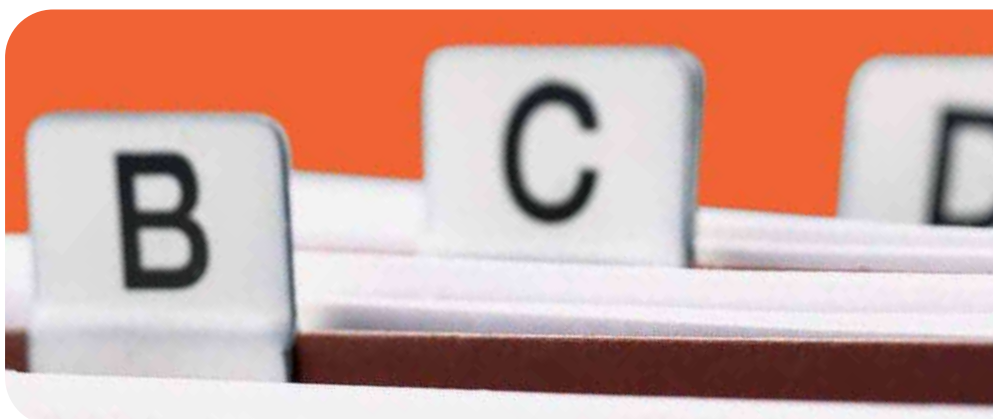
Вместе с локальными системами классификации общий язык будет упрощать процесс передачи информации, точно также как сегодня Английский язык является признанным языком общения при переговорах в международной торговле.



Единый стандартный язык для классификации продуктов дает ощутимую выгоду для работы в сети:

- Улучшает точность информации о товаре
- Сокращает излишнюю работу и уменьшает затраты на ввод и поддержку нового товара
- Позволяет одинаково идентифицировать товар всеми участниками цепи снабжения, сокращает стоимость
- Дает возможность группировать продукты по категориям, учитывая их свойства
- Упрощает процессы публикации и подписки
- Допускает простой механизм поиска с непротиворечивыми результатами

Производителям нужно уметь описывать продукты различными способами, чтобы максимально представить их розничным торговцам. Они должны согласовывать их со своими внутренними системами классификации, которые базируются на условиях производства и т.п. Розничным торговцам нужно представлять продукты в различных внутренних системах, настроенных на запросы покупателей, на продвижение товара, на его доставку. В дополнение, торговцы имеют классификационные системы уникальные для своих организаций.





## 2. GPC - Глобальный Классификатор Продуктов



### Почему GPC?

Торговцы и производители товаров неоднократно пробовали создать общий способ классификации продуктов в течение многих лет. Но попытки создать глобальную систему терпели неудачу, потому что они были или слишком грубыми или слишком детальными; хорошими для статистики или финансовых отчетов, но не подходящими для торговли.

Организация GCI - международная группа пользователей, объединяющая крупнейших в мире производителей, торговцев и провайдеров услуг - пришла к решению использовать бизнес-правила для создания модели глобальной стандартизации: Схему Глобальной Классификации Продуктов (GPC) с целью улучшения работы цепи снабжения между производителями и торговцами, добровольным принятием и адаптацией стандартов для идентификации групп продуктов.

Сообщество GS1 - собственник GPC Схемы. EAN International назначила фирму ACNielsen как сервис-провайдера, держателя и управляющего Классификационной Схемой GS1.

Производители и торговцы обмениваются разнообразной информацией. Исторически производители снабжают своих торговцев каталогами, содержащими детальную информацию о продуктах. Торговцы ищут по каталогам потенциальных поставщиков. Данные о продуктах выражены специфическими терминами и форматами, позволяющими легко сравнивать предложения различных поставщиков. Этот процесс обзора различных каталогов неэффективен и обременителен как для производителей так и для торговцев.

GPC позволяет торговым партнерам общаться более эффективно и точно по всей цепи снабжения товарами. Для компаний расточительно развивать собственные системы кодирования для использования их во внешних сношениях. Единое универсальное соглашение о кодировке работает как выгодная связь в цепи снабжения, даже если компании используют их только для специальных целей.

Коды классификации необходимы для эффективного поиска товаров и услуг, для их идентификации когда товары доставлены, и для продвижения продуктов потенциальным покупателям.

Процесс Синхронизации Данных возможен только тогда, когда торговые партнеры используют одинаковые схемы классификации, позволяющие производить поиск товаров, обзор, публикацию и подписку.

### Что лежит в основе GPC как промышленного стандарта?

Предложения экспертов разрабатывающих GPC. Существующие экспертизы продуктов использовались везде где это возможно. Вопрос заключается в том, какие локальные решения будут работать в глобальной среде. Поэтому все рекомендации экспертов в производстве и торговле должны быть согласованы в рабочих группах до их внедрения. Эти группы разрабатывают правила, по которым схема GPC работает.



### Какая система классификации используется в Глобальной Сети Синхронизации Данных (GDSN)?

В Глобальной Сети GDSN используется система GPC. Только товары, классифицированные согласно GPC будут регистрироваться в Мировом Регистре, т.е. понятие группы товаров (bricks) в GDSN обязательно.

### Какая разница между атрибутом в Глобальном Словаре Данных (GDD) и атрибутом группы продуктов в GPC?

Нет пересечения между атрибутами продукта в словаре GDD и атрибутами группы продуктов в схеме GPC. Они хранятся в двух различных базах данных отдельно.

Глобальный номер товара (GTIN) - ключевой идентификатор отдельного продукта. Атрибуты GDD описывают индивидуальные продукты (например, Торговая марка, Размеры, Вес, Цвет, Цена и т.д.) Код Группы в GPC - ключевой идентификатор группы продуктов. Атрибуты группы и их значения дают требуемую детализацию Группы. Понятия Сегмента, Семейства и Класа являются иерархическими компонентами системы вместе с понятием Группы.

Каждому товару с номером GTIN назначается определенная GPC Группа. Эта Группа может быть далее охарактеризована множеством Атрибутов и, связанных с этим Атрибутом, значениями.

Стандарт GS1 упаковки товара позволяет непротиворечиво использовать его глобально. Перевозчики используют ключи идентификации товаров и связанные с ними данные на основе GS1 спецификаций штриховых кодов или радиочастотных тэгов.

### Какие выгоды от применения схемы GPC в сети GDSN?

GPC предоставляет единую общую глобальную систему классификации товаров. Эта система обеспечивает процессы публикаций, подписки, поиска в сети GDSN.

Выгоды приносимые схемой GPC в GDSN перечислены ниже:

- GPC запускает процессы внутренней, внешней и сетевой синхронизации по организации и легализации данных.
- Позволяет глобальное стандартное позиционирование продуктов - назначая каждому его тип.
- Упрощает соответствие публикуемых данных с подписываемыми.
- Позволяет выполнять анализ по категориям и планирование
- Сокращает излишние действия и улучшает точность данных новых товаров
- Дает единую картину товаров торговым партнерам и сервис-провайдерам – сокращая расходы.
- Улучшает целостность данных
- Дает возможность группировки продуктов по категориям, используя индивидуальные атрибуты.
- Дает возможность агрегирования и расщепления товаров на группы внутри компании и между торговыми партнерами





## Отдельный Продукт в сравнении с Группой

Идентификационные ключи одного продукта, такие как GTIN или GLN, используются для уникальной идентификации продукта. Они задают однозначное соответствие между продуктом и ключом. Поэтому эти коды не могут служить ни для целей агрегирования, ни для целей анализа по категориям и не позволяют их использовать для сравнения различных производителей. В обычных каталогах поставщики, указывая номера GTIN или GLN, описывают продукты дополнительными компонентами - Атрибутами - которые являются характеристиками продукта внутри группы. Ключи Группы Продуктов являются классификационными ключами и они используются для группировки похожих продуктов в общие

Классификация по GPC - акт, говорящий: "Этот продукт принадлежит этой Группе ; эта Группа замыкает иерархию (Сегмент, Семейство, Класс), и эта Группа может быть описана с помощью множества Атрибутов и связанных с этим Атрибутом набором Значений Атрибута.

категории. Основное свойство такой классификации - возможность разбивать группу на ряд меньших, на базе общих характеристик, создавая иерархию групп.

Эта разница между Идентификацией и Описанием Одного Продукта и Идентификацией и Описанием Группы Продуктов приведена ниже в таблице.

|                        |                    | Отдельный продукт                                                                                                                                                                                          | Группа продуктов                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Идентификационный ключ | Имя Ключа          | GTIN                                                                                                                                                                                                       | GPC Код группы                                                                                                                                                                                                                                        |
|                        | Размер & Тип ключа | 14 значное, неотрицательное целое число                                                                                                                                                                    | 8 значное, неотрицательное целое число                                                                                                                                                                                                                |
|                        | Для целей Бизнеса  | Единичная Идентификация Продукта<br>Слежение, мониторинг<br>Напоминание<br>Сохранение записи                                                                                                               | GDSN<br>Идентификация Группы Продуктов<br>Нахождение группы продуктов<br>Сравнение, оцетка<br>Участие в торговом процессе                                                                                                                             |
|                        | Результат          | Однозначная идентификация отдельного продукта                                                                                                                                                              | Связанные группы продуктов, которая предоставляет обзор и позволяет обмен информацией. Указывает связь продуктов с другими подобными продуктами                                                                                                       |
|                        | Числа              | Однозначное отношение GTIN и продукта.<br>Цифры не являются значимыми.                                                                                                                                     | Числа связаны с другими иерархическими элементами, в которые входит данная группа (сегмент, семейство, класс)                                                                                                                                         |
| Описание атрибута      | Свойства           | Однозначность                                                                                                                                                                                              | Однозначность                                                                                                                                                                                                                                         |
|                        | Цель               | Применение заданных атрибутов, относящихся к продукту, как информационного шаблона для торговых партнеров                                                                                                  | Для каждой группы товаров, соответствующие Атрибуты и их Значения описывают группу.                                                                                                                                                                   |
|                        | Свойства           | Атрибуты одного продукта<br><br>(Обычно 30-50 значений на один GTIN)<br>Могут быть :<br>Для классификации<br>Одной категории<br>Глобальными или локальными<br>Не уникальными<br>Зависимы от законов страны | Атрибуты Группы продуктов<br><br>(Обычно 1-7 значений на одну группу продуктов)<br>Обязательно:<br>Для классификации,<br>Определенной категории,<br>Глобальные (не зависят от рынка)<br>Уникальные (по формату и т.п.)<br>Не зависят от законов стран |
|                        | Значения           | Различные типы от свободного текста до кодов и дат                                                                                                                                                         | Значения выбираются из списка. Только одно значение Атрибута выбирается для каждого Атрибута.                                                                                                                                                         |

### 3. Формат и структура схемы GPC



#### Основные принципы

- Модульность и гибкость классификации
- Логическая группировка товаров. Логика схемы прозрачна.
- Универсальное применение и не привязан к какому-либо языку.
- Первоначально опубликован на английском языке.
- Облегчает сбор существенной информации для классификации, применяемой отраслями.

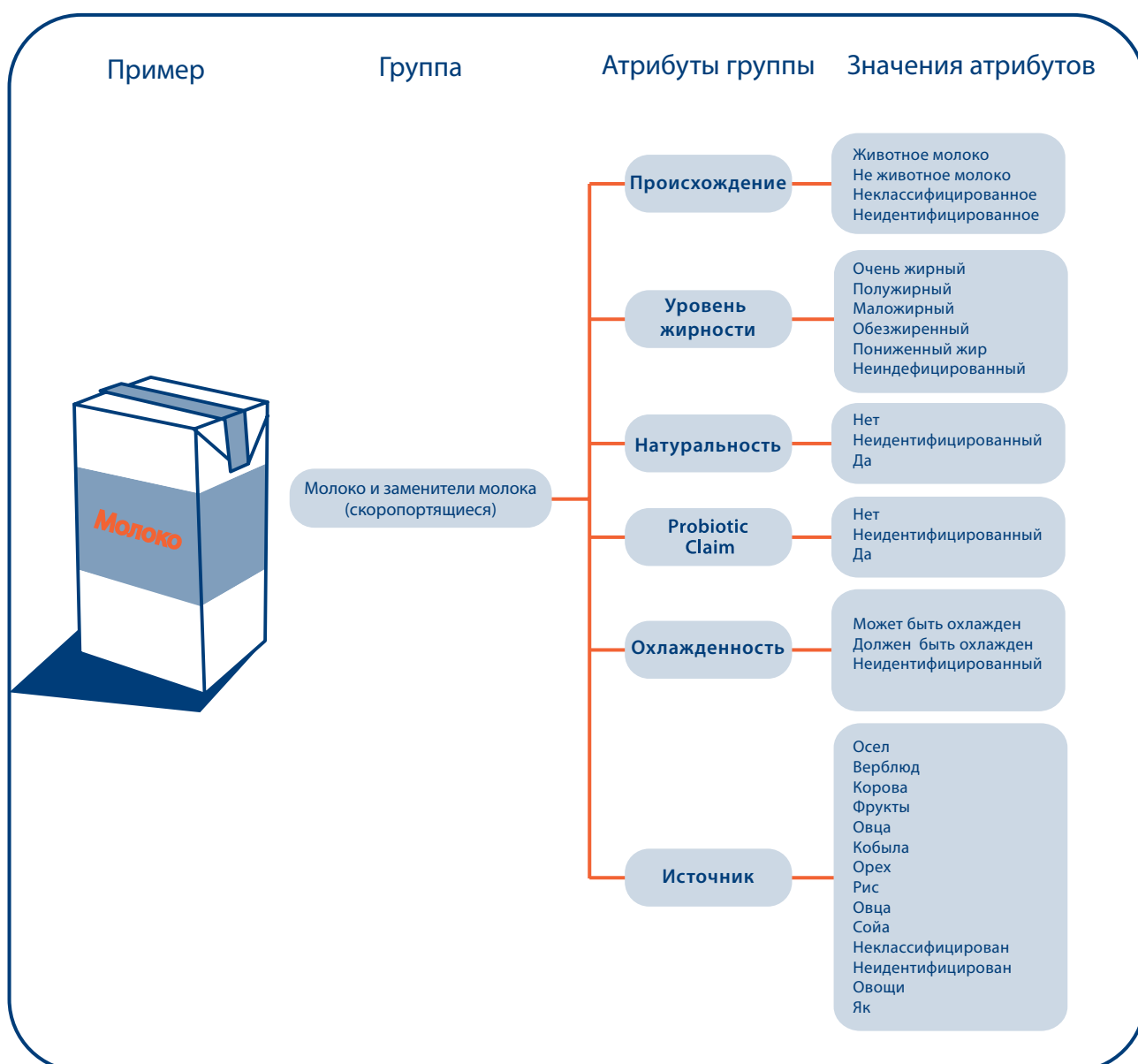
#### Структура схемы

- GPC схема представлена 4-х уровневой иерархией: Сегмент, Семейство, Класс и Группа.
- Каждый уровень схемы определен правилами и/или принципами, а также решением промышленности. Однако применяемые правила отличаются в зависимости от уровня -Сегмент, Семейство, Класс, Группа, Атрибуты группы - и их значений.
- Бизнес правила применимы к любому уровню или части схемы.
- Каждой группе назначается один или более атрибутов, и каждый атрибут имеет свой набор значений.





### Пример Группы товаров и связанных с этой группой атрибутов и их значений:



## 4. Создание схемы GPC - Сотрудничество отраслей



Схема построена на правилах, учитывающих современные требования торговли и индустрии.

### Общие Бизнес-Правила Схемы

- Приложение ясное и логически структурировано.
- Не использование жаргонных терминов и выражений.
- Применение стандартизованных соглашений присвоения имен.
- Обеспечение того, что каждый Сегмент, Семейство, Класс или Группа имеют свою область действия с возможностью добавления новых значений (атрибутов).
- Избегать двусмысленностей, вводя ясные и сжатые определения.
- Выбирать родовую стандартизованную схему, обеспечивающую уникальное размещение любого продукта.
- Группа продуктов должна содержать такие продукты, которые могут характеризоваться одинаковым набором атрибутов, относящихся к продукту.
- Продукты, сгруппированные и продаваемые вместе (исключая наборы) определяются как варианты упаковки. Они применяются ко всем уровням иерархии.



Варианты упаковок должны создаваться там, где это необходимо.

- Схема вводит понятие Класа, содержащего особую Группу, в которую помещаются товары, которые не попадают в существующие Группы. Такая Группа называется «Другие»
- Продукты одной группы обычно физически одинаковы.

### Правила иерархии GPC

- Образованные Группы должны группироваться гармонично.
- Информация о категориях должна признаваться глобально.
- Иерархические группировки должны быть значимыми и подходящими для целей поиска.
- Допускается гибкая классификация.
- Иерархия создается на основе описания типов продуктов, а не на основе каналов продажи или использования. Это дает возможность упростить классификацию и идентификацию продуктов.







## Правила построения Группы Товаров (Brick)

Ниже приводится полный список правил которые использовались для составления Групп Товаров. Эти правила не носят «общего» характера, в том смысле, что они не подходят для всех сегментов. Они использовались для тех сегментов для которых они подходили.

- Широкое поле Различий
- Широкое поле Применения
- Продукты служат Общей Цели и Общему Ипользованию
- Обрабатываются похожими Методами
- Продукты Используются и применяются схожими Методами
- Продукты имеют схожие Формы и исходные Материалы
- Различие между Промышленными и продуктами, сделанными Вручную
- Заменители Продуктов находятся в той же Группе того же Класа
- Способы Хранения и Консервации
- Разнообразие Упаковок
- Другие
- Применение и Функция

## Правила на Атрибуты

- Атрибуты Группы должны быть применимы глобально и не основываться на регионе, культуре или стране.

- Атрибуты Группы должны быть узнаваемы, понимаемы и подходящи для секторов промышленности с точки зрения классификации.
- Атрибуты Группы должны быть уникальными (по цели, по формату, по технологии) и взаимно несовместимыми как по Атрибутам так и по выбору Значений Атрибутов.
- Атрибуты Группы базируются на логике, а не на субъективных или эмоциональных началах.
- Неклассификационный атрибут может использоваться только по запросу Рынка.
- Атрибуты Группы не должны быть связаны с требованиями любого вида законами. Атрибутами могут быть только данные требуемые глобально, но они могут быть узаконены локально. Например, декларация о Качестве/Гарантийном сроке пищи и т.д.
- Имена Атрибутов Группы должны быть стандартизованы.
- Высокий уровень описания - Будет ли пользователь нуждаться в использовании Атрибута в процессах публикации или подписки? Атрибут Группы служит для целей собирания подобных продуктов в одну подгруппу, но идеальным методом составления набора иногда может быть детализация.
- Список Атрибутов единственный, полный и исчерпывающий

- Не используются двусмысленные слова или термины
- Все Атрибуты Групп описываются для того, чтобы показать какую информацию они пытаются идентифицировать
- Варианты Групп не используются.
- Число Атрибутов Группы должно быть как минимум 1, в среднем 3-4 и не более 7
- Атрибуты Группы относятся к более высокому уровню классификации - Группе, которая является описателем группы продуктов, а не одного продукта.
- Примером неклассификационного атрибута является Торговая марка, которая относится к отдельному или небольшой группе товаров.

## Правила на Значения

- Значения Атрибута образуют список выбора. Только одно Значение Атрибута выбирается для каждой Группы.
- Каждый Атрибут Группы должен содержать значение по умолчанию, если данные для этого Атрибута неопределены.
- Атрибут должны содержать один полный и исчерпывающий список
- Значения Атрибутов должны



управляться и поддерживаться сервис-провайдером и когда это необходимо Рабочей Группой GPCTG)

- Дублирование Значений Атрибутов не допускается; все значения должны быть уникальными.
- Не должно быть сокращений в Значениях Атрибутов
- Значения в списке перечисляются в алфавитном порядке и создаются на основе ключевых слов.

- Спорные термины или слова используемые как Значение или внутри Значения должны быть добавлены в глоссарий с подробным описанием.

- Код Группы: 99999999
- Имя Группы: Временная Классификация
- Определение Группы: Код временной Группы

## Схема нумерации GPC

- Номерами системы служат неотрицательные целые 8-значные числа.
- Идентификаторы уникальны
- Постоянны, т.е. описание может изменяться, а номер остается тем же самым
- Нумерация Групп
- Коды всегда начинаются с '1'.  
Нумерация Атрибутов Группы
- Повторяемость поля возможна
- Код всегда начинается с '2'
- Коды могут использоваться в других Группх, если они применимы
- Нумерация Значений Атрибутов
- Повторяемость поля возможна
- Код всегда начинается с '3'
- Коды могут использоваться в других Группх, если они применимы
- Временные номера Групп
- Разработки GPCTG и Рабочей групп не прошедшие одобрения и ратификации-
- Снятые с обязательного использования в Мировом Регистре, но необходимые для регистрации товары в настоящее время не охваченные системой GPC.





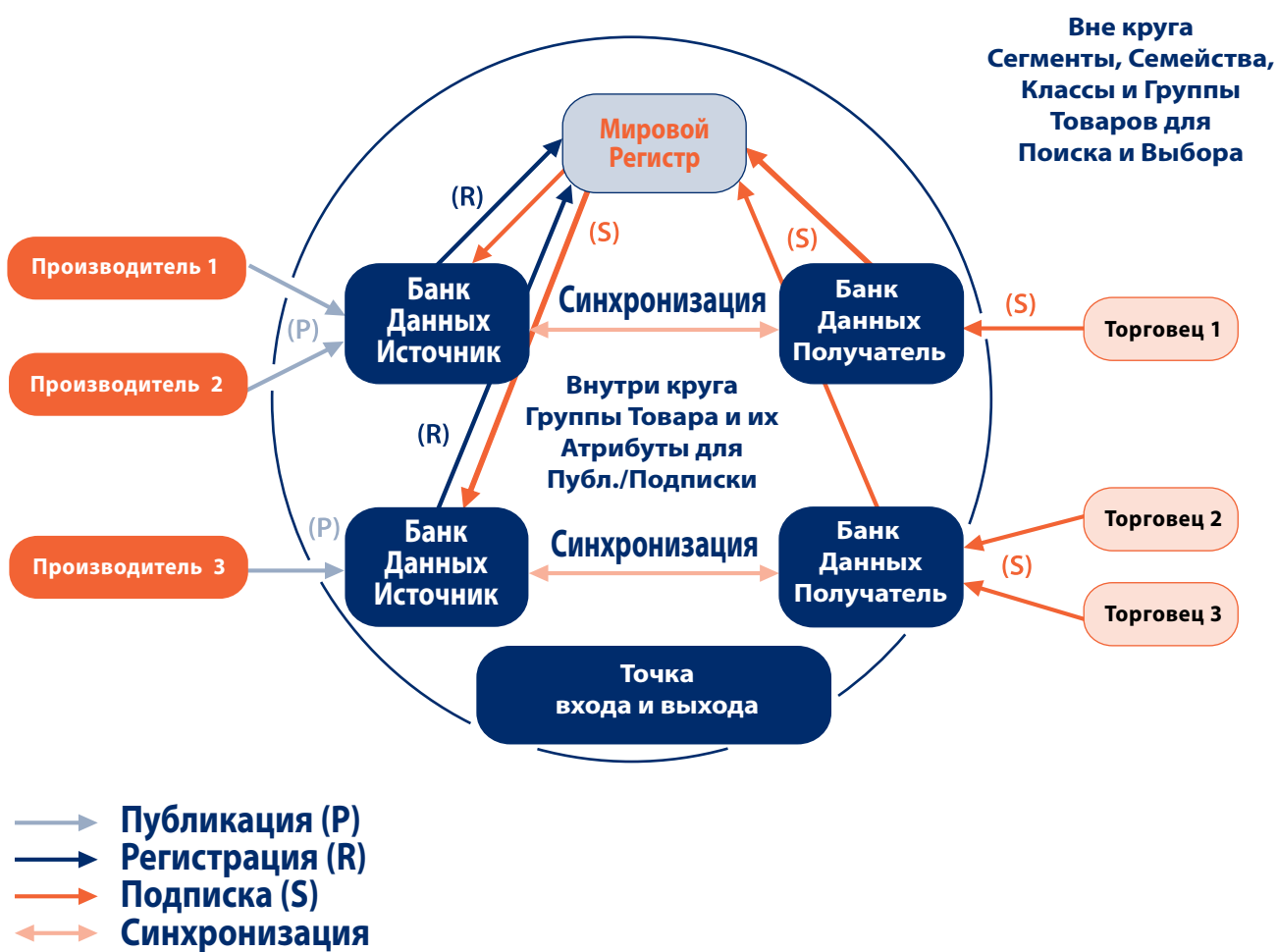
## Основные Правила GPC Коды

| Действие / Описание / Правило |       |                              |                            |          |
|-------------------------------|-------|------------------------------|----------------------------|----------|
| Формат                        | Длина | Уровень                      |                            | Пример   |
|                               | 8     | Код сегмента                 |                            | 10000000 |
|                               | 8     | Код семейства                | следует за кодом Сегмента  | 10200000 |
|                               | 8     | Код класса                   | следует за кодом Семейства | 10203000 |
|                               | 8     | Код группы                   | начинается с «1»           | 10000123 |
|                               | 8     | Код типа атрибута группы     | начинается с «2»           | 20000123 |
|                               | 8     | Код значения атрибута группы | начинается с «3»           | 30000123 |

## 5. Главная область использования



### Синхронизация данных

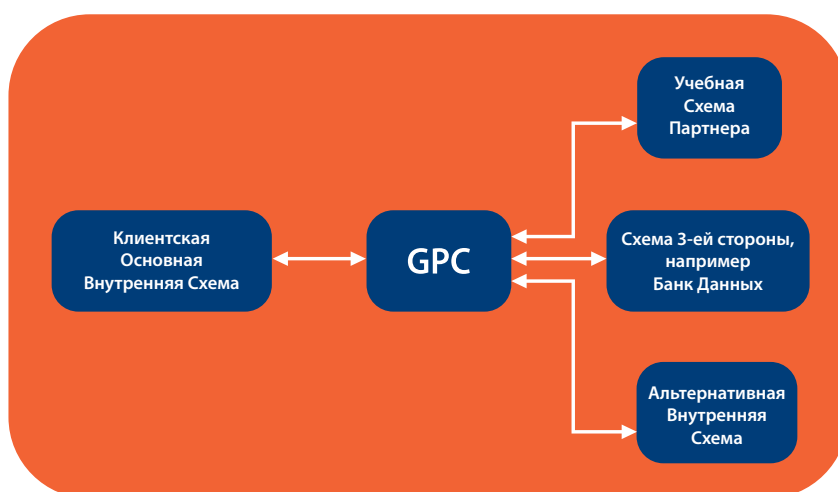




Понятие Группы (Brick) является основой классификации товаров, используемой в GDSN. Наряду с 3 другими фундаментальными понятиями (GTIN, GLN и Сегмент Рынка), оно играет решающую роль в 3 важных областях GDSN.

Это:

- Публикация (где поставщики указывают какого типа продукты они производят)
- Подписка (в которой торговцы указывают какого типа продукты они хотят получить), подписка возможна с помощью кодов GTIN, GLN, Target Market и Группы (Brick) и любой их комбинации за исключением того, что GTIN и Brick Code взаимно исключаются.
- Легализация (все участники процесса гарантируют, что классификация их товара верна и все атрибуты обеспечиваются) Отметьте, пожалуйста, что Рабочая Группа создателей GPC рекомендует, чтобы в сообществе GDSN в критериях подписки использовались не только коды GPC Группы (Brick), но также
- Наборы кода Группы вместе с Типами Атрибутов Группы и их Значениями
- Уровень Класа
- Уровень Семейства
- Уровень Сегмента



### Проекты Категорного менеджмента

Схема GPC используется как общий язык, в который участники GDSN отображают свои «родные» схемы, и через этот процесс можно легко понять как сравнивать локальные схемы классификации.

### Программы Закупок - Поиск Продукта

Схема GPC может использоваться как общий язык для поиска продуктов в различных средах (например в каталогах и базах данных), в которых общей схемы классификации ранее не существовало. Через установление соответствия между категориями закупок и GPC покупатель может определить критерии поиска для нужных продуктов.

### Внутренняя и Внешняя Производительность работы компании

Так как схема GPC действует как общий язык между внутренними и внешними организациями, ее можно использовать для измерения деятельности компании. Эта информация может использоваться в различных проектах закупок товаров, когда торговцы хотят сравнить подобные продукты. Схема GPC может служить каркасом для централизации систем, предоставляющих информацию о наличии запасов товаров на складе, с последующей автоматизацией процессов маршрутизации потоков информации.

## 6. Применения схемы GPC



### Создание/ Легализация Информации

Схема применима для:

- Поставщиков (производителей)
- Розничных торговцев (держателей больших архивов информации)
- Других участников (кто помогает создавать или хранить информацию)

Три основных способа применения схемы:

- Привязка данных о товаре на атомарном уровне, т.е. отнесение нового товара к конкретному продукту или группе продуктов
- Создание 'отображения' между собственной локальной схемой и схемой GPC, а затем привязка данных GPC к информации о продукте по алгоритму отображения
- Перекрестные ссылки на 'мета данные' 3-ей стороны, которая может идентифицировать GPC данные от имени поставщиков или торговцев.

### Создаем отображение после уяснения логики

Совет: взгляните на главные и второстепенные правила, используемые для создания GPC и Вашей локальной схемы.

В некоторых случаях логика может быть неочевидной, особенно если иерархия базировалась на субъективном базисе – в таком случае отображение весьма сложно осуществить.

### Отображение

Отображения могут быть различными:

- Одна Группа GPC может соответствовать одной локальной группе
- Одна Группа может относиться к более чем одной локальной группе
- Несколько Групп могут отвечать одной локальной группе
- Комбинации – отображение группы GPC может использовать различные уровни иерархии внутри локальной схемы, атрибуты GDD и другую клиентскую информацию.

Сильно зависят от исходных данных:

- Степени их детализации/агрегации
- Субъективного фактора
- Природы данных
- Влияние технологии!

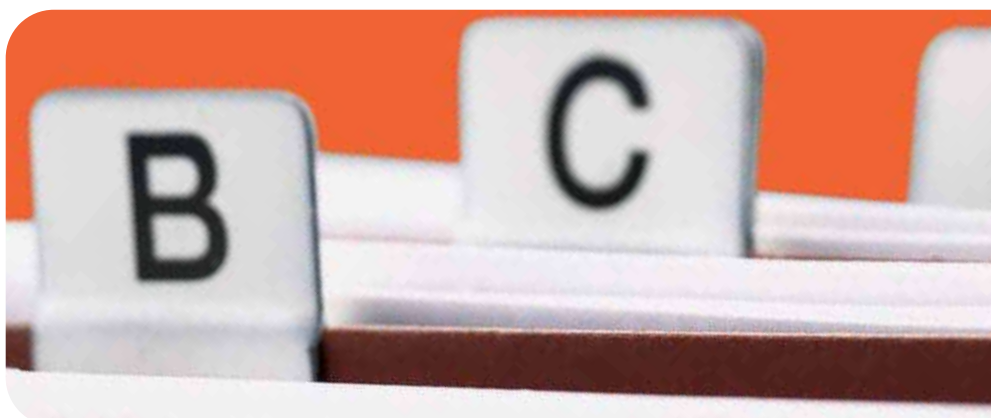
### Примеры отображений

Одна Группа = Одна группа клиента

- Группа GPC= Сэндвичи-Трубочки с Кремом и Рогалики (Скоропортящиеся) (10000255)
- Клиент = Сэндвичи, Готовые к употреблению

Одна Группа = Более чем одна группа Клиента

- Группа GPC= Фрукты - Приготовленные и Обработанные (Заморозка-10000204)
- Клиент=Фрукты - Яблоки /Груши - Замороженные
- Фрукты - Цитрусы - Замороженные





Много Групп GPC и Одна группа клиента

- Группа GPC= Экстракты (1000050) + Супы- Готовые (Длительного хранения) (10000262)•
- Клиент =Супы / Бульоны / Stock -Ambient

Комбинации внутри GPC

- Клиент= Импортное пиво «Pilsner» отображается в Группу =Пиво (10000159)
- Атрибут группы - Вид пива (20000170) - Pilsner (30003232)

Комбинации с GDD и прочие

- Клиент «Premium» пиво «Pilsner» отображается в Группу =Пиво (10000159)
- Атрибут Группы - Вид Пива (20000170) - Pilsner (30003232)
- Атрибут GDD – Брэнд или Цена для определения “premium”

## Передача данных/Информация в магазине

Держателям информации требуется знание:

- Групп и Атрибутов Группы и желательно их иерархию
- Полной структуры схемы GPC Легализация
- Все поля схемы нормализованы, т. е. они могут проверяться автоматически и использоваться когда

данные передаются в системы или каталоги

Для Публикации

- Хранимая информация готова к посылке в сеть GDSN

Схема GPC позволяет обеспечить каналы передачи данных без искажения

- Преобразование информации по пути следования часто ведет к потери ее качества - принятая информация может быть не той, что была послана!
- Поощряет всех к использованию схемы GPC во всех других стандартах в качестве основы для классификации.

## Использование информации

Как часть процесса публикации/ подписки схема GPC:

- Предоставляет общую категоризацию для подписки
- Дает возможность использования иерархии, групп товаров и их атрибутов для целей поиска
- Если есть перекрестные ссылки GPC к локальной схеме, то покупатель может использовать локальную схему для подписки.

Как часть процесса синхронизации схема GPC позволяет:

- Использовать стандарты для автоматизации потоков информации внутри фирмы и глубже рассматривать вопросы, связанные с качеством информации.

Как общий язык торговли схема GPC может:

- Осуществлять Категорийный менеджмент
- Сократить работу по отображению схем
- Улучшить согласование данных
- Увеличить гибкость для создания новых обзоров
- Служить для оценки и маршрутизации данных
- Использоваться для группировки подобных продуктов в задачах поиска
- Применяться для сравнения ассортиментов и их характеристик для разных стран
- Работать для измерения производительности компании на базе категорий
- Использоваться как ключ маршрутизации данных внутри организации.



## 7. Примеры практического использования: Что это дает мне?



### Если я производитель

Все внешние связи с партнерами, в которых есть ссылки на данные о продуктах, будут использовать схему GPC. Для внутреннего пользования можно использовать собственные системы классификации:

- Спецификации о продукте
- Прайс листов
- Информации о грузах
- Инвентаризационных описей
- Описания образца продукта
- Категорийный менеджмент
- Данные для пунктов продажи
- Данные для потребителя (вес)
- Бизнес планы
- Заказы на покупку & Статус груза
- Отзывы покупателей

Маркетинговые исследования проводятся качественнее

Улучшение категорного менеджмента

- Группировка продуктов по категориям
- Отображение данных из разных источников
- Эффективная связь
- Более точный ответ на запросы потребителей
- Более точный учет запасов

### Если я продавец

Более точную оценку покупок – улучшение эффективности покупок

- Изучение источников снабжения, торговых марок, оценка активов, каталогов товаров

Увеличение эффективности при уменьшении сложности

Улучшение категорного менеджмента

Оптовики и розничные торговцы используют схему GPC для сохранения/поддержания активности продвижения их товаров на рынке

B2B (бизнес-бизнесу) применения:

- Размещение заказов в реальном времени, Синхронизация Данных, управление системой связи с розничными торговцами
- Прагматический, рациональный обмен информацией

Проекты Развития бизнеса с производителями:

Проекты категорного менеджмента.

### Если я сервис-провайдер

Определение для каких продуктов какие GPC коды существенны

Понимание роли схемы GPC как центрального языка системы и как схема относится/взаимодействует (но не замещает) с локальными системами категоризации.

Проведение детальных перекрестных ссылок GPC схемы на локальные системы для понимания на практике как они могут согласовывать/улучшать:

- Процессы автоматизации маршрутов к покупателям
- Процессы выбора/сравнения по категориям
- Автоматизировать (или упростить) назначение кодов GPC или внутренних категорий, используя данный стандарт

Внедрение GPC в документооборот и системы бизнеса

- Определение систем, которые будут содержать GPC
- Развитие процессов создания, поддержки и распространения GPC
- Продолжение развития схемы...



## 8. Согласование классификаторов GPC и UNSPSC



Классификатор GPC основан на тщательно продуманных правилах ведения бизнеса; он создан и развивается под управлением GSMP, мирового сообщества членов GS1, провайдеров Мирового Регистра.

Классификатор UNSPSC описывает иерархию всех продуктов и услуг и является признанным брэндом. Системы UNSPSC и GPC дополняют друг друга. Они не соперничают; система GPC дает существенно детализированную классификацию и информацию об атрибутах товаров.

Потенциальные нужды бизнеса требуют легализации согласования двух систем. Этот процесс осуществляется через утверждение «Запросов об Изменении». Наиболее важный момент в этом процессе - согласование различных уровней этих моделей. Без этих договоренностей между GPC и UNSPSC процесс согласования возможен на отображении элементов уровня Товары (в UNSPSC) в элементы Группы (в GPC). Но имеются случаи, когда Группу необходимо помещать на уровне Класа, т.к. нельзя найти соответствие между Товарами и Группами. Интеграция Проектных Планов обеих систем позволит определить необходимые

работы, чтобы перейти от разработки «дорожной карты» к детальной проработке проблемы.

### Потенциальные Выгоды Согласования

#### Пользователям

- Лучшее общение
- Доступ к обеим схемам
- Улучшение эффективности и уменьшение сложности.

#### GPC

- Более тесная связь с глобальным стандартом
- Большая роль в UNSPSC в определении товаров
- Введение понятия Группы на более высокой ступени иерархии

#### UNSPSC

- Дает возможность сообществу UNSPSC использовать экспертизу GPC для улучшения системы
- Предоставляет пользователям более глубокое описание товаров.

## 9. Руководство схемой GPC



Вопрос «Кто возглавляет GPC?» должен быть разбит на два отдельных вопроса: **Кто управляет разработкой и развитием GPC?** и **Кто управляет внедрением системы GPC?**

На первый отдельный вопрос ответ становится очевидным. Рабочая группа GPC отвечает за развитие, за обсуждение, за обучение и выпуск пособий, за структуру системы, в то время как группа GDSN ответственна за связь и внедрение системы внутри сети GDSN.

### Версия GDSN схемы GPC Соглашения

- Чтобы упростить процесс внесения изменений и уменьшить противоречия между торговыми партнерами используется только одна версия
- Предполагается, что выпуски версий будут содержать пометки (Модификация - M; Добавление A; Удаление -D). С целью минимизации работы по поддержанию схемы Удаление будет выполняться не более 2 раз в год.
- GPCTG рассматривает работу над схемой как постоянный процесс, рабочая версия не имеет номера GDSN версии. Предполагается, что полная версия схемы передается в

GDSN каждый квартал, которые группа GDSN должна интегрировать.

- GDSN будет использовать свои номера публикуемых версий внутри GDSN.
- Процесс развития Схемы и ее версии будет постоянно на виду и может быть доступен из любых источников таких как GS1 сайт. Группа GPC будет публиковать новые версии схемы в контексте "as at" на дату публикации.

### Цикл развития и внедрения

| ШАГ | КТО                | ЧТО                                                     | КОГДА [Дни]        |
|-----|--------------------|---------------------------------------------------------|--------------------|
| 1   | GPC подгруппа      | GPC Развитие версии X                                   | 1-180              |
| 2   | GPC Рабочая группа | Установить дату отключения Версии X при старте (X+1)    | 182-189            |
| 3   | Услуги Провайдера  | Дать доступ к схеме X и изменениям (Версии X к (X - 1)) | 189-197            |
| 4   | Банк данных        | Оценка влияния и связь с пользователями                 | 197-220            |
| 5   | Регистр Сеть       | Распространение GPC<br>Распространение GPC              | 220-227<br>197-227 |





## Процесс развития GPC иницируемый Запросами на Изменение

Ключевой методологией, используемой для поддержания качества Схемы, является наличие обратной связи с пользователями локальных каталогов (источником детализации и построения новых групп).

- Пользователи подают «Запрос на Изменение» через GSMP процесс.
- Этот Запрос попадает на рассмотрение в Рабочую Группу (GPCTG).
- Фирма ACNielsen собирает существующие схемы и предложения от отраслей индустрии. Это основа запуска процесса рассмотрения заявок (Strawman).
- Эта информация изучается и передается Группе Развития GPC - состоящей из экспертов, включая поставщиков, торговцев и других исследовательских групп изучения Рынка. Если эта Группа полагает, что GPC Схема не отвечает нуждам промышленности и торговли, то они выдают ответ и предлагают изменение (Версия 0)
- Изменения Схемы предлагаются отраслям для открытого обсуждения. Ответ производителей и торговцев возвращается и изменения делаются.



- Подгруппа Развития GPC разрабатывает необходимые атрибуты и их значения (Версия 1).
- Изменения вместе с разработанными атрибутами подаются на рассмотрение сообществу GPC. В случае получения положительного ответа изменения принимаются (Версия 2).
- Рабочая Группа GPC голосует и вносит предложение об изменении. Это стандартная схема управления GPC.

- Руководство GS1 ратифицирует изменения и новая схема становится стандартом GS1.

## 10. Состояние развития схемы GPC

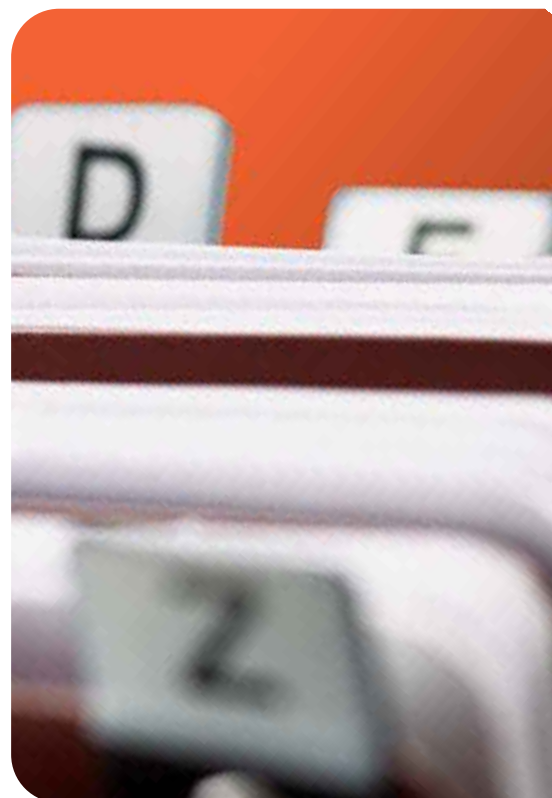


Будущее развитие классификатора зависит от запросов рынка. Представители индустрии и торговли работают совместно над развитием схемы, используя процесс GSMP. С начала запуска схемы GPC следующие сегменты схемы были разработаны через GSMP:

- Пища, Напитки и Табак (FBT)
- Непищевые товары частого употребления (Уход за Ребенком, Гигиена, Косметика Уход за Домом, Корм для Животных)
- Cross Segment
- Разнообразные товары: Ремесленные, Одежда, Обувь, Мебель, Для туризма, Аудио визуальные, Средства общения, Товары для Кухни, Музыкальные инструменты, Книги, Компьютеры, Спортивные товары, Недвижимость, Игрушки и Игры
- Товары «Сделай сам», Бытовая техника, Автомобили

### Основные итоги развития схемы GPC

- Закончена разработка 30 Сегментов, 92 Семейств, 600 Классов, 9000 Групп, 36000 Атрибутов и 70000 Значений Атрибутов
- Разработаны категории розничных товаров
- Отработана поставка схемы
- Правила и принципы обновления и публикации схемы
- Созданы команды пользователей (15 по Общим товарам и 3 по техническим товарам)
- Выбраны руководители групп
- Проведены конференции и семинары
- Отработана обработка трех типов «Запросов на Изменение» схемы GPC: для развития нового сегмента схемы; для изменений в существующей схеме, и основанные на отзывах промышленности)



# 11. Новые Предложения схемы



Целевой подход к поддержке пользователя. Новая бизнес модель и возможности для Банков данных и членов GS1. Возможность употребления одинаковых решений глобально и поддержка локальных нужд. Помощь в обучении, доступе, использовании.

## Новые стимулы работы для национальных организаций GS1 (МО)

Бесплатное распространение схемы среди своих членов. МО может оказывать GPC услуги для организаций не членов GDSN. Возможность оказывать платные услуги и переводы. МО могут участвовать в составлении

«Запросов на Изменение» и предоставлять справочные услуги сообществу пользователей.

## Стимулы работы для Сервис-провайдеров

Для членов GDSN провайдеры могут оказывать интерактивную помощь в

описании товаров для их поиска, публикации и подписки. Провайдеры могут предоставлять услуги всем желающим через интерфейс пользователя. Вносить «Запросы на изменение», управлять процессом установки новых версий схемы, давать справки.

## Что делать если товар не входит ни в одну группу схемы GPC?

Все товары будут входить в схему GPC. Новые продукты могут включаться во «Временную группу» (за номером 99999999) пока классификация не будет выполнена и опубликована Рабочей Группой GPC.

- Полностью закончены сегменты GPC (и опубликованы) для:
- Пища, Напитки и Табак (FBT)
- Непищевые товары частого употребления Уход за Ребенком, Гигиена, Косметика, Уход за Домом, Корм для Животных. Сегменты, приведенные ниже доступны для обсуждения промышленностью:

- Техника («Сделай сам»; автотехника; домашняя техника)
- Товары общего назначения (Одежда; Обувь; Личные аксессуары; Устройства связи; Компьютеры; Спортивные товары; Игрушки и Игры; Искусства и ремесла; Мебель и отделка; Кухонные принадлежности; Печатные материалы; Товары для туризма; Музыка; Аудиовизуальная техника)

## Имеется ли план перехода от локальных классификаций к GPC?

Торговые партнеры ответственны за переход их текущих классификационных систем к GPC. Многие провайдеры и национальные организации - члены GS1 могут оказывать своим членам помощь в решении этой задачи.

### Доступ для работы над развитием GPC схемы

[http://eroom.uc-council.org/eRoom/facility/AlignDataBusinessModelingGroupBMG/0\\_33e9b](http://eroom.uc-council.org/eRoom/facility/AlignDataBusinessModelingGroupBMG/0_33e9b)

Если эта ссылка не работает, то попытайтесь выйти на: <http://eroom.uc-council.org>

GSMP Align Data Business Requirement Group (BRG) >> Work Teams and Task Groups >> Global Product Classification Work Team >> 1 PUBLISHED SCHEMAS

Пользователь: guest ; Пароль: guest

## 12. Выводы



### Почему классификация имеет значение?

GPC является мощным средством важной частью языка общения, облегчающего связи между продавцом и покупателем. Встроенная в рабочие инфраструктуры схема становится относительно невидимой без потери своей силы. В этой брошюре мы продемонстрировали что классификация должна быть признана как существенная часть пакета глобальных стандартов GS1.

В общем, схема GPC может быть описана как:

- Глобальный стандарт GS1, основанный на четком наборе правил
- Описание группы товаров, к которой некий продукт принадлежит, а не описание самого продукта
- Глобальный язык классификации, годный как при двусторонних так и при многосторонних торговых отношениях, но не обязательно замещающий любую локальную систему классификации.
- Поля, облегчающие процессы публикации, легализации и подписки, как часть обязательных полей в сети Глобальной Синхронизации Данных (GDSN)

- Поддержка программ купли / продажи – высший уровень поиска и детализации
- «Электронное Пособие» для глобальных кодов и определений
- Ее пользователи: большие и малые торговые партнеры (производители, торговцы), каталоги, Банки данных и Мировой Регистр
- Заметим, что схемы GPC и UNSPSC будут согласованы
- Улучшает качество информации о продукте
- Исключает излишнюю работу и сокращает стоимость описания нового товара и его поддержку
- Проводит анализ, регламентирует использование продукта, помогает рационализации деятельности
- Оценивает структуру покупок однотипных и конкурентных компаний
- Проводит анализ рынка
- Позволяет отображать схемы различных торговых партнеров и провайдеров, сокращая стоимость затрат
- Дает возможность группировки продуктов, по определенным значениям категорий
- Позволяет агрегирование каталогов больших закупочных организаций

Мы утверждаем, что ключом к будущему является создание гибкой, глобально применимой классификации, пользователи которой знакомы с ее возможностями и ясно понимают ее конструкцию. В любой момент времени только хорошая схема классификации является жизненной. Схема GPC является великолепным примером такой жизнеспособной классификации.

Дополнительная информация  
(37322) 21 16 69  
[info@gs1md.org](mailto:info@gs1md.org)





---

**GS1** - Международная некоммерческая организация, образованная в 2005 году путем объединения двух организаций - EAN International (European Article Numbering) и UCC (Uniform Code Council). В настоящее время - международная организация включает 101 национальную организацию (в том числе и GS1 Moldova). GS1 - пионер в создании новой системы электронного обмена данными (EDI - Electronic Data Interchange) между торговыми партнерами через Мировой Регистр (GR) товаров и Глобальную Сеть Синхронизации Данных (GDSN).

**EAN International (European Article Numbering)** - Международная некоммерческая организация образованная в 1977 году. Является создателем системы «Европейская система нумерации товаров» и символьной маркировки (штрихового кода) EAN-13, которая получила международное признание и была внедрена практически во всех странах мира.

**UCC (Uniform Code Council)** - Организация обеспечивающая ведение системы нумерации и символьного кодирования на территории США и Канады. Является пионером разработки и применения штрихового кодирования. Была образована в 1972 году. В настоящее время входит в состав GS1 (GS1 US).

**GCI (Global Commerce Initiative)** – Добровольная некоммерческая организация, созданная усилиями более 40 крупных международных торговых организаций для улучшения вопросов работы цепи поставок товаров. Тесно контактирует с GS1 по вопросам разработки стандартов в области торговли.

**ACNielsen** - Маркетинговая компания – одна из основателей современного маркетингового анализа в промышленности. По соглашению с EAN International эта фирма является ответственной по сбору информации от промышленности по вопросам дальнейшей разработки классификатора GPC.

**IRI (Innovative Routines International)** – Инновационная компания разработавшая свой классификатор.

**CFK (Clement, Fitzpatrick and Kenworthy)** - Инновационная компания разработавшая свой классификатор.

**EDI (Electronic Data Interchange)** – Электронный обмен данными. Организации EAN International и UCC являются лидерами в создании стандарта электронных сообщений между торговыми партнерами – EANCOM. В настоящее время GS1 разрабатывает новый стандарт бизнес сообщений GS1 XML, основанный на применении .xml файлов.

**GDSN (Global Data Synchronisation Network)** – Сеть глобальной синхронизации данных, выполняющая роль объединения национальных и региональных банков данных. С ее помощью подписчики (менеджеры магазинов) получают актуальную информацию от поставщиков информации (производителей товаров).

**UCCnet** – Сеть, созданная организацией GS1 US, являющаяся подсетью GDSN.

**GR (Global Registry)** – Мировой Регистр товаров – распределенная база данных, включающая национальные и региональные банки данных товаров.

**GDD (Global Data Dictionary)** – Глобальный словарь данных. Содержит информацию о характеристиках товара. Используется для создания электронных бизнес сообщений.

**GPC (Global Product Classification)** – Международный Классификатор Продуктов. Описанию этого классификатора посвящена данная брошюра.





**Moldova**

Bd. Grigore Vieru, 9, of.212  
MD 2005, Chisinau Moldova  
T/F: +(37322) 211669  
T: +(37322) 245329  
[info@gs1md.org](mailto:info@gs1md.org)  
[www.gs1md.org](http://www.gs1md.org)