



## Dlaczego warto wdrażać GS1 w obszarze świeżej żywności

Standardy GS1 są efektywnym narzędziem w zarządzaniu całymi łańcuchami dostaw, w fizycznym przemieszczaniu towarów oraz informacji o nich. Nie oznacza to jednak, że stosowanie standardów GS1 nie jest możliwe wewnątrz pojedynczych przedsiębiorstw, w ich magazynach i produkcji. Żadna firma produkcyjna czy dystrybucyjna nie jest „samotną wyspą” – nie działa na własny użytek, tylko funkcjonuje w pewnym otoczeniu rynkowym, posiadając swoich dostawców i odbiorców. Międzynarodowe standardy GS1 umożliwiają swobodne działanie każdej firmy na otwartym rynku w skali globalnej. Uzgodnienia systemu GS1 to swoista „umowa” opierająca się na synergii doświadczeń ponad półtora miliona przedsiębiorstw na świecie (z czego w Polsce ponad 19 000) w zakre-

staw: dostawcami surowców, producentami, hurtownikami, dystrybutorami, detalistami i końcowymi klientami lub konsumentami.

Fundamentem są tutaj standardy identyfikacyjne GS1:

- Globalny Numer Jednostki Handlowej – GTIN (ang. *Global Trade Item Number*) – pozwala na unikatową identyfikację każdego towaru, zarówno o stałej, jak i o zmiennej ilości, z dowolną szczegółowością, na przykład do konkretnej odmiany jabłek
- Seryjny Numer Jednostki Logistycznej – SSCC (ang. *Serial Shipping Container Code*) – identyfikator każdej odrębnej jednostki logistycznej, na przykład palety z towarem,



sie jednoznaczności identyfikacyjnej dowolnych towarów, jednostek logistycznych, podmiotów i innych obiektów funkcjonujących w dowolnych łańcuchach dostaw.

Zdarza się natomiast, że na użytek wewnętrznych procesów dystrybucyjnych i sprzedażowych wprowadzane są w przedsiębiorstwach rozwiązania wewnętrzne bądź branżowe, niestandardowe, które są użyteczne wyłącznie wewnątrz tej danej firmy, natomiast w żaden sposób nie mogą skorzystać z nich jej partnerzy handlowi. Stosowanie podejścia niestandardowego jest szczególnie zauważalne w obszarze świeżej żywności. Dość często detaliści – sieci handlowe – stosują własne rozwiązania do identyfikacji owoców, warzyw, mięs, wędlin, serów czy ryb. Dotyczy to zarówno ostatniego punktu, czyli sprzedaży przy kasie, jak również wielu procesów zachodzących wcześniej, czyli: wymiany danych podstawowych, zamawiania, znakowania przez dostawców, komunikacji elektronicznej. Budzi to określone problemy, ponieważ detaliści i ich dostawcy nie porozumiewają się jednolitym językiem. Standardy GS1 natomiast ułatwiają krajową i międzynarodową komunikację, przynosząc wymierne korzyści w relacjach pomiędzy partnerami handlowymi, uczestniczącymi w łańcuchu do-

umożliwiający jej indywidualne śledzenie i zarządzanie nią w produkcji, magazynowaniu i transporcie

- Globalny Numer Lokalizacyjny – GLN (ang. *Global Location Number*) – umożliwia identyfikację każdego podmiotu gospodarczego, na przykład dostawcy czy odbiorcy
- standardy kodowania dodatkowych informacji, takich jak data produkcji, data ważności, oznaczenie partii produkcyjnej, masa netto i wiele innych, możliwe do zakodowania za pomocą Identyfikatorów Zastosowania (IZ).

Powyższe identyfikatory GS1 pozwolą na standaryzację komunikacyjną – przechodzenie na numery GTIN zamiast oznaczeń wewnętrznych pozwala na unikatową identyfikację produktów i dzięki temu lepszą „widzialność” produktów na rynku.

Wprowadzenie identyfikacji jednostek logistycznych za pomocą numerów SSCC i etykiet logistycznych spowoduje zautomatyzowanie i poprzez to usprawnienie przyjęć dostaw zewnętrznych do centrów dystrybucyjnych oraz operacji magazynowych, kompletacji oraz wydań do poszczególnych sklepów. Według opinii zebranych przez GS1 Polska,

<sup>1</sup> E: piotr.frackowiak@gs1pl.org, T: +48 61 850 49 79, T: +48 697 096 128.

stosowanie etykiet logistycznych GS1 wsparte elektroniczną awizacją dostaw powoduje skrócenie czasu przyjęcia dostawy z zewnątrz do 33% czasu przyjęcia realizowanego metodami tradycyjnymi.

Wprowadzenie nowych typów kodów GS1 DataBar Rozszerzony dla towarów detalicznych oraz kodu GS1-128 i etykiet logistycznych pozwala na zautomatyzowane zarządzanie datami ważności oraz partiami produkcyjnymi, co w praktyce zapewnia przedsiębiorstwom zdolność do śledzenia produktów (traceability) i efektywnego ich wycofania w sytuacji zagrożenia (recall). Numery identyfikacyjne GS1, w tym szczególnie numer GTIN, wykorzystuje się także w Elektronicznej Wymianie Danych (EDI) i w katalogach elektronicznych. Standardy GS1 są tak naprawdę warunkiem koniecznym usprawnienia komunikacji pomiędzy „aktorami” na rynku – dostawcami, dystrybutorami, operatorami logistycznymi i detalistami.

## Kody GS1 DataBar chronią konsumenta przed zakupem przeterminowanej żywności – przykład wdrożenia

Jeronimo Martins Polska (JMP), właściciel sieci „Biedronka”, jako wiodący detalista na polskim rynku wdraża innowacyjne rozwiązania oferowane przez Instytut Logistyki i Magazynowania (ILiM). Zapewnienie skutecznego zarządzania świeżą żywnością, w tym poprawa bezpieczeństwa i satysfakcji konsumentów, to zadania, jakie mają realizować wdrażane w sieci ponad 2000 sklepów „Biedronka” kody GS1 DataBar. Dodatkowo, nowe oznakowanie zaproponowane przez ekspertów z ILiM umożliwia śledzenie ruchu i pochodzenia produktów. W przypadkach nieprawidłowości bądź zagrożenia życia, zastosowanie kodów DataBar znacznie przyspieszy procedurę wycofania produktów z rynku. Aby być zgodnym z wymaganiami prawnymi oraz rosnącymi oczekiwaniami klientów w zakresie jakości świeżej żywności, sieć „Biedronka” wdrożyła identyfikację poprzez unikatowe w skali świata numery produktów – GTIN.

Dzięki nowej generacji kodów kreskowych sieć detaliczna zarządza datami ważności produktów w sposób zautomatyzowany. Wprowadzenie rozwiązania opartego o standardy GS1 pozwala zapewnić klientom, że produkty, które kupują, spełniają najwyższe wymogi jakościowe. „Biedronka” wprowadziła kody GS1 DataBar Rozszerzone na produkty o stałej i zmiennej masie. Znakowane są: mięso, drób, świeże sałatki, chleb, wyroby mleczarskie i ryby. W kodzie kreskowym GS1 DataBar zakodowane są następujące informacje: numer produktu GTIN, data ważności, oznaczenie partii produkcyjnej i masa netto. Głównym celem projektu jest zagwarantowanie, że produkt przeterminowany nie zostanie sprzedany klientowi. Drugim celem jest wspieranie ewentualnego procesu wycofania produktów o nieodpowiedniej jakości, jeżeli taka konieczność zaistnieje – bezpieczeństwo klienta jest podstawowym celem strategii sieci „Biedronka”.

„Biedronka” planuje doprowadzenie do sytuacji identyfikowania ponad 100 produktów marki własnej kodami GS1 DataBar, co będzie stanowiło około 10% całkowitej liczby produktów sprzedawanych w tej sieci. Kluczowe korzyści, wynikające z wdrożenia GS1 DataBar, to:

- poprawa zarządzania produktami o krótkim okresie przechowywania
- wdrożenie globalnego identyfikatora produktów – numeru GTIN, który zastąpił dotychczas stosowane rozwiązania lokalne dla towarów o zmiennej ilości
- wzmocnienie procesów i procedur związanych z koniecznością wycofania produktu z rynku
- ulepszenie procesów związanych z kontrolą zapasów w czasie rzeczywistym
- GS1 DataBar pełni rolę „strażnika” przy kasie, blokując sprzedaż produktów przeterminowanych.

