

Полоса черная, полоса белая...

Все больше производителей начинают осознавать важность штрих-кода на товарах

РАШАД МАМЕДОВ

В Азербайджане свыше 20 тысяч наименований товаров прошли регистрацию в Обществе пользователей штриховыми кодами GS1 Азербайджан. Об этом накануне сообщил генеральный директор общества Вафа Алиев на очередной встрече новых членов данной организации. Предпринимателям были продемонстрированы возможности штрихового кодирования, разъяснены все существующие преимущества этого сугубо добровольного процесса.

В ходе мероприятия стало известно, что в основном за штрих-кодами обращаются производители еды и напитков, то есть тех товаров, которые реализуются в супермаркетах. Их удельный вес в общем количестве наименований «заштрихованных» товаров составляет 80,1%, включая производителей съестных продуктов, сладостей, алкогольных и безалкогольных напитков. К сожалению, такие направления, как промышленность, производство табачных изделий, фармацевтических препаратов, стройматериалов, косметических средств, в общем показателе представлены весьма слабо.

— С течением времени все больше предпринимателей, в том числе из регионов, стали осознавать важность наличия на товаре штрих-кода. Производители к этому принуждают условия, ведь без штриховых кодов при продвижении товара на местном или зарубежном рынке возникают определенные сложности. Сам покупатель уже с большей подозрительностью смотрит на те продукты, на которых нет штрих-кода. В крупных магазинах и супермаркетах и вовсе подобную продукцию в оборот не принимают, — отметил В.Алиев.

Разъяснять, что такое штрих-код, думается, не стоит. Это всем известные графические метки, в которых по определенным правилам закодирована информация. В дальнейшем она считывается со штрих-кода электронным устройством — сканером. Область применения кода разнообразна, наибольшее же распространение кодирование получило в торговле. Если в магазине внедрена автоматизированная система, к которой подключены компьютерные кассы, то наличие штрихового кода на товарах позволяет сократить время обслуживания покупателей у касс. Как это происходит — знают все, кто хоть раз отоваривался в супермаркетах. Кассиру достаточно сканером считать код с упаковки товара, чтобы на кассовом чеке зафиксировались наименование покупки и ее цена. В данном случае штриховой код на товаре в магазине является эквивалентом как цены, так и наименования товара. Кроме того, при подключении всех контрольно-кассовых машин торгового зала к единому компьютеру в любой момент

времени можно оценить реальный объем продаж каждого товара, уровень спроса на те или иные изделия, заблаговременно направить заказ на склад для восполнения запасов товаров на полках торгового зала. С помощью системы штрих-кодирования можно решить и много других задач. Данная услуга не бесплатна, эксплуатация штрих-кода в Азербайджане обходится предпринимателям в 350 манатов в первый год, во все последующие — по 250 манатов.

Кстати, В.Алиев рассказал и о типичных ошибках, допускаемых отечественными производителями при использовании штрих-кодов. Тут важны не только действительность кода, но и правильное его нанесение на упаковку товара. К примеру, штрих-код не должен быть красного цвета, смазан, непропорционально увеличен или уменьшен и т.д. Он также должен находиться на ровной поверхности, дабы сканер мог его прочесть. Малейшие нарушения существующих стандартов приводят к невозможности прочитать закодированную информацию или же к тому, что на расшифровку ее сканером уходит большое время. В Азербайджане, правда, на такие мелкие отклонения от нормы порой не обращается внимание, но вот когда производитель выходит на иностранные рынки, здесь уже встречаются определенные проблемы. В частности, как рассказал В.Алиев, один из отечественных производителей гранатового сока планировал реализовать партию продукции в супермаркетах Новой Зеландии. Однако когда штрих-код, отображенный на упаковке, был проверен специальным устройством верификатором, было выявлено несоблюдение определенных пропорций при нанесении кода на упаковку. Партию товара тут же вернули производителю, мол, торговать им невыгодно — в гипермаркетах, одновременно обслуживающих тысячи человек, секундные задержки при прохождении касс абсолютно неприемлемы.

Отметим, что за все время существования возможности получения штрих-кодов в Азербайджане (с 1999 года, а ранее для получения штрих-кодов нужно было обращаться за границу) регистрацию в GS1 Азербайджан прошли 650 юридических и физических лиц. Правда, сейчас действительными штрих-кодами обладают всего 417 предпринимателей. Как отметил Вафа Алиев, некоторые компании в течение своей деятельности закрываются или перепрофилируются в другое производство, соответственно прекращая выпуск прежних товаров. При этом код, выданный ранее, уже не может быть передан другому товару, так как в этом случае нарушается принцип уникальности идентификации. В случаях же, если на продукции указан штрих-код, выданный другому товару, это говорит о его контрафактном происхождении.