

Рекомендации по штриховому кодированию периодической печатной продукции

Москва 2003

(Редакция 2010)



ОГЛАВЛЕНИЕ

№ П.		СТР.
	Основные понятия	3
1	Введение	3
2	Что такое штриховой код EAN-13	3
3	Для чего нужен на товаре штриховой код EAN	4
4	Особенность идентификации периодических печатных изданий	4
5	Зачем нужна унификация (стандартизация) индивидуальных кодов	5
6	Структура номера GTIN-13 с 5-ти символьным добавлением (ADD-ON)	6
7	Порядок оформления и получения идентификационного номера	6
7.1	1-я составляющая-13-значный идентификационный номер GTIN-13	7
7.1.1	Порядок вступления в Ассоциацию ГС1 РУС	7
7.1.2	Как получить номера штриховых кодов для новой продукции (изданий)	7
7.1.3	Порядок получения дополнительных номеров штриховых кодов	8
7.1.4	Особенности идентификации изданий с периодичностью выхода менее одной календарной недели (ежедневных изданий)	8
7.1.5	Структура идентификационных номеров для изданий с периодичностью выпуска от 1-й недели и более	10
7.1.6	Структура идентификационных номеров для изданий с периодичностью выпуска менее одной календарной недели (ежедневных изданий)	11
7.2	2-я составляющая - добавочный 5-символьный идентификационный номер (ADD-ON)	12
8	Особенность идентификации специальных выпусков изданий	13
9	Нанесение штрихового кода	15
9.1	Номинальные размеры	15
9.1.1	Номинальные размеры символа штрихового кода EAN-13	15
9.1.2	Номинальные размеры символа штрихового кода EAN/UPC –5	16
10	Размещение символа штрихового кода	16
11	Особенности нанесения штриховых кодов на изданиях с вложениями	17
12	Какого цвета может быть штриховой код	19
13	Как заказать печать штрихового кода	19
14	Где заказать фильм-мастер, купить оборудование и расходные материалы	20

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

В соответствии со статьей №2 Закона «О средствах массовой информации» (ред.2003):

- под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации;
- под редакцией средства массовой информации понимается организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации;
- под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

1. ВВЕДЕНИЕ

Настоящие рекомендации разработаны для редакций, выпускающих периодические печатные издания в целях унификации стандартов штрихового кода — уникального идентификационного признака, наносимого на каждое издание, имеющее фиксированный набор потребительских свойств.

Необходимость в этом вызвана активным внедрением в издательский и распространительский бизнес технологий, основанных на учете движения товаров при помощи их уникальных идентификационных номеров и их отображения в виде штриховых кодов.

В данных рекомендациях не ведется речь о том, необходим ли учет движения товара при помощи штриховых кодов или нет, т.к., по мнению разработчиков, необходимость в данном виде учета сегодня является абсолютно очевидной для всех участников рынка прессы.

Настоящие рекомендации подготовлены специалистами Группы компаний «Логос» совместно с Ассоциацией автоматической идентификации ЮНИСКАН / GS1 РУС (сокращенное название GS1 РУС), при поддержке Ассоциации распространителей печатной продукции. В них максимально подробно описана методика присвоения, оформления и нанесения штрихового кода для периодических печатных изданий.

2. ЧТО ТАКОЕ ШТРИХОВОЙ КОД EAN-13

Штриховой код EAN-13 представляет собой графическое изображение уникального международного номера товара GTIN-13 в виде, пригодном для автоматического считывания. Значение номера GTIN-13 продублировано арабскими цифрами в нижней части штрихового кода (13 знаков).

Номер товара GTIN-13 уникален в международном масштабе. Свыше 900 тысяч компаний в 128 странах мира кодируют свою продукцию штриховыми кодами EAN-13.



На разных товарах проставлены разные значения штриховых кодов. За правильностью их нанесения следит Международная Ассоциация товарной нумерации GS1 через 108 Национальных организаций GS1 в более чем 100 странах мира. Национальные организации-члены GS1 присваивают предприятиям-членам уникальные регистрационные номера.

Уникальный номер товара GTIN-13 состоит из 13 знаков, первые 9 цифр несут информацию о номере (глобальном префиксе) предприятия, следующие 3 цифры идентифицируют конкретный товар (ссылочный номер предмета торговли), производимый данным предприятием, последняя 13-я цифра – это контрольное число, которое вычисляется по специальному алгоритму из предыдущих 12-ти.

Подробнее структура номера штрихового кода EAN-13 описана ниже.

3. ДЛЯ ЧЕГО НУЖЕН НА ТОВАРЕ ШТРИХОВОЙ КОД EAN

Номер GTIN-13 изображается на упаковке товара, в данном случае на обложке издания в виде штрихового кода EAN-13. Эти полосы и пробелы графического изображения штрихового кода очень хорошо понятны специальным сканерам. При считывании штрихового кода сканер из комбинации штрихов восстанавливает закодированный номер GTIN-13 и передает его в компьютер или контрольно-кассовую машину.

В первую очередь штриховой код необходим для торговли и логистики. Если на предприятии внедрена автоматизированная система, к которой подключены компьютерные терминалы со считывателями штрихового кода (так называемые POS-терминалы, от английского Point of Sale - "Пункты продажи"), то наличие штрихового кода на всех видах продукции позволяет сократить время обслуживания клиентов, время оформления логистических операций, автоматизировать учет и т.д. Оператору достаточно считать сканером номер GTIN-13 с упаковки/обложки, чтобы в информационной системе зафиксировалось точное наименование продукции, ее параметры, время осуществления операции и т.д.

Кроме того, при подключении всех терминалов к единому контролируемому устройству в любой момент времени можно оценить реальный объем продаж того или иного издания, уровень спроса на те или иные издания, оценить состояние товарных остатков и т.д.

Простое правило: штриховой код на товаре является эквивалентом конкретного товара. Если два товара имеют различные потребительские свойства, то они должны иметь различные штриховые коды (номера GTIN-13).

4. ОСОБЕННОСТЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

Название издания

В соответствии со статьей 2 Закона «О средствах массовой информации», периодические печатные издания являются средствами массовой информации. В соответствии со статьей 8 того же Закона, каждое средство массовой информации должно быть зарегистрировано. При регистрации средства массовой информации в соответствии с Приказом МПТР РФ от 27.02.2002 N 34 выдается Свидетельство о регистрации средства массовой информации установленной формы. Название издания, указано в свидетельстве о регистрации средства массовой информации.

Номер выпуска

Номер выпуска – это признак, несущий информацию о периодичности (последовательности) выпуска конкретного издания.

Номер выпуска может иметь следующие форматы:

- абсолютное число (1, 2, 3 и т.д.);
- любой формат даты (число/месяц/год, неделя/год, месяц/год, квартал/год, сезон/год, год);
- комбинированный вариант (абсолютное число/год).

Обязательные условия

- **Каждое периодическое издание в определенный момент времени может иметь только один текущий номер;**
- **Каждый следующий выпуск издания должен иметь такой же формат номера, как и текущий. За исключением случаев, если изменяется периодичность выпусков данного издания.**

Особенностью периодических печатных изданий является то, что в отличие от других товаров, помимо непосредственно названия издания, они имеют еще и номер выпуска. Разные выпуски издания имеют различные потребительские свойства (содержание, внешний вид, количество полос, вес, цена, ремиссионные показатели и т.д.), поэтому практически при любом виде учета периодических изданий возникает необходимость в идентификации не только названия издания, но и номера выпуска.

Для решения данной задачи созданы единые стандарты штрихового кода, который включает в себя штриховой код EAN-13, а так же добавочный 5-символьный штриховой код EAN/UPC-5 (add-on). Символ штрихового кода добавочного кода EAN/UPC-5 должен применяться совместно с символом штрихового кода EAN -13. Он никогда не сканируется отдельно, и данные от обоих символов штрихового кода обрабатываются вместе.

Номер штрихового кода EAN/UPC-5 (add-on) несет в себе информацию о номере выпуска и позволяет при необходимости однозначно его идентифицировать. Тем самым достигается основная цель — наличие у каждого товара с фиксированным набором потребительских свойств уникального идентификационного признака.

5. ЗАЧЕМ НУЖНА УНИФИКАЦИЯ (СТАНДАРТИЗАЦИЯ) ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КОДОВ

Как отмечалось выше, одной из основных целей создания настоящих рекомендаций является унификация параметров штрихового кода, наносимого на периодическую печатную продукцию.

Именно из-за того, что сегодня в издательско-распространительской отрасли не существует единого стандарта идентификации продукции, возможность осуществлять учет товара при помощи штрихового кода до сих пор не реализована в полном объеме в подавляющем большинстве компаний-участников данного рынка.

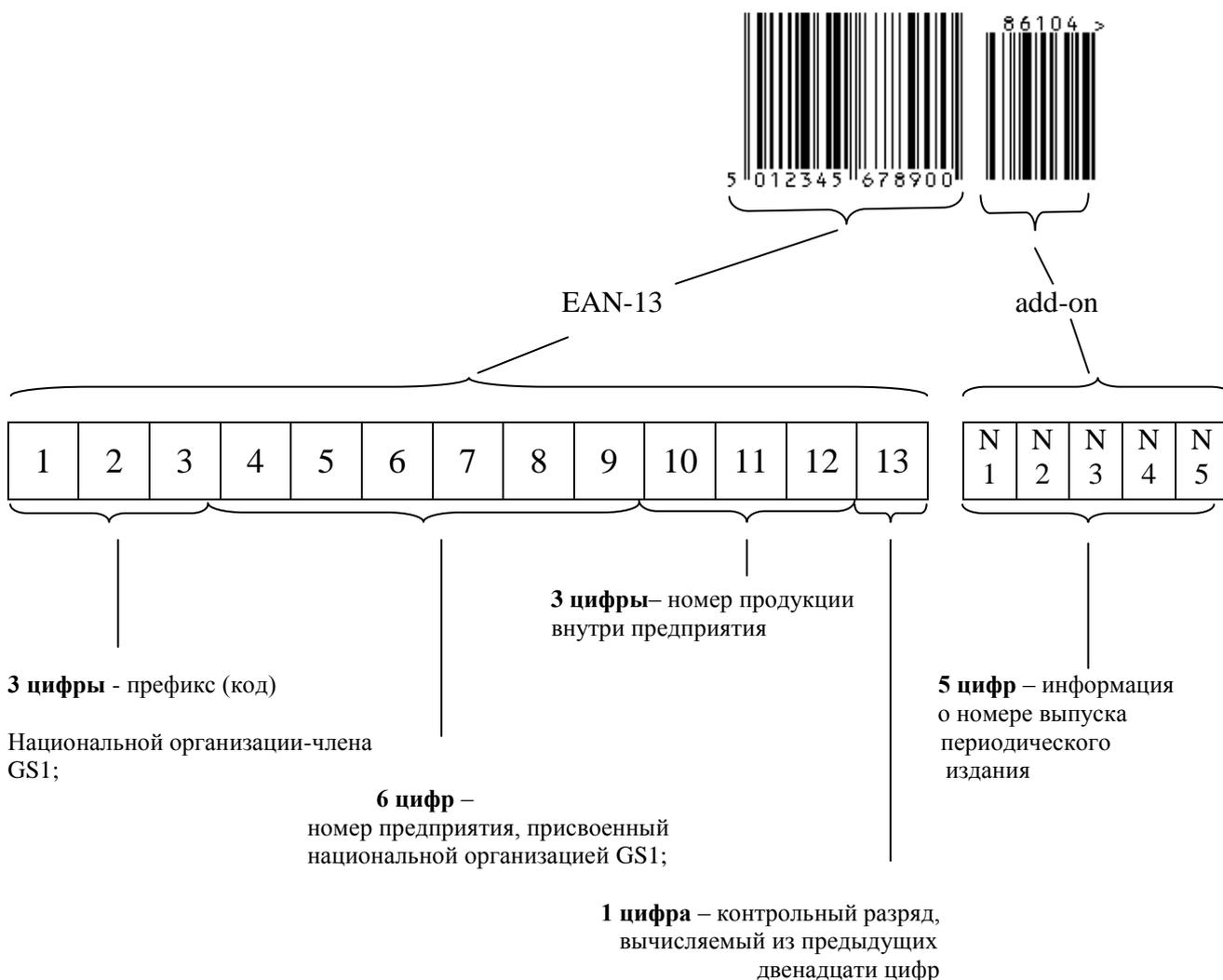
Наличие на издании штрихового кода совсем не означает, что выполнены все условия и, учет данного издания можно вести на его основе, так как:

- идентификационный номер, заложенный в штриховом коде на данном издании, может быть не уникальным (например, несколько номеров одного наименования имеют одинаковый штриховой код, или существует другое наименование издания, с таким же штриховым кодом);
- штриховой код нанесен таким образом, что не может быть считан сканером.

Таким образом, правило: **«На каждое издание должен быть нанесен штриховой код»**, превращается в правило: **«На каждое издание правильным образом должен быть нанесен правильный штриховой код»**.

Для выполнения данного правила необходимо, чтобы все издатели при присвоении изданиям идентификационных номеров пользовались единой методологией, а также при нанесении самого штрихового кода на издание обеспечивалось соблюдение единых технических требований к данной процедуре, которая подробнее будет описано ниже.

6. СТРУКТУРА НОМЕРА GTIN-13 В ВИДЕ СИМВОЛА ШТРИХОВОГО КОДА EAN-13 С 5-ТИ ЗНАЧНЫМ СИМВОЛОМ ADD-ON



7. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ И ПОЛУЧЕНИЯ ИДЕНТИФИКАЦИОННОГО НОМЕРА

Для начала следует разделить две составляющие идентификационного номера периодического издания, т.к. порядок присвоения идентификационных номеров для этих составляющих различен.

1-ая составляющая — 13-значный идентификационный номер GTIN-13 служит для идентификации предприятия и названия издания и присваивается единожды Национальной организацией GS1. Как отмечалось выше, для России это Ассоциация автоматической идентификации ЮНИСКАН / GS1 РУС.

2-ая составляющая — добавочный 5-значный идентификационный номер EAN/UCC-5 (Add-on) служит для идентификации номера выпуска и присваивается непосредственно редакцией с использованием описанных ниже принципов по мере выхода в свет очередных выпусков.

7.1. 13-значный идентификационный номер GTIN-13

Для того чтобы обеспечить уникальность 1-ой составляющей (GTIN-13), т.е. обеспечить наличие уникального идентификационного номера названия издания необходимо вступить в Ассоциацию автоматической идентификации ЮНИСКАН / ГС1 РУС. Ассоциация ГС1 РУС — добровольная некоммерческая организация, существующая исключительно на членские взносы ее участников. Присвоение номеров GTIN-13 для членов Ассоциации осуществляется БЕСПЛАТНО вне зависимости от величины перечня кодируемой продукции.

7.1.1 ПОРЯДОК ВСТУПЛЕНИЯ В АССОЦИАЦИЮ АВТОМАТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ЮНИСКАН / ГС1РУС

Для вступления в Ассоциацию автоматической идентификации "ЮНИСКАН/ГС1 РУС" необходимо:

1. Направить заявление (оригинал), которое является основанием для оформления членства в Ассоциации (Форма 01.01). Форма 01.01 заполняется в соответствии с образцом на компьютере, подписывается только руководителем предприятия и скрепляется печатью. **Заявления, заполненные не полностью, а также любые копии заявления для оформления членства не могут быть приняты к исполнению!**

2. Направить перечень продукции (Форма 04.06.01), подлежащей штриховому кодированию. Соответствующая форма перечня продукции заполняется в соответствии с образцом, подписывается ответственным за штриховое кодирование на предприятии и скрепляется печатью. Обращаем Ваше внимание на необходимость четкого заполнения всех полей!

Внимание! Для ускорения обработки первичных обращений просим присылать перечень продукции, заполненный только для приоритетных видов продукции.

При вторичном и последующих обращениях с заявками (перечнями) на кодирование при изменении ассортимента кодируемой продукции член ГС1 РУС обязан в 30-дневный срок до начала производства данной продукции прислать на адрес электронной почты или по факсу новый перечень продукции, подлежащей штриховому кодированию.

3. После подтверждения Ассоциацией получения оригинала заявления перечислить на расчетный счет Ассоциации по банковским реквизитам, указанным в Форме 01.01, сумму взноса 25 000 рублей (НДС не облагается). Обратите внимание на формулировку назначения платежа, указанную в Форме 01.01. По истечении 1 года пребывания в Ассоциации вносится ежегодный взнос в размере 15 000 рублей (НДС не облагается).

ВНИМАНИЕ! Для оказания помощи в оформлении документов и проверки правильности заполнения полей просим передать в Ассоциацию по электронной почте на адрес mail@gs1ru.org заявление о вступлении (Форма 01.01), перечень продукции, подлежащей штриховому кодированию (Форма 04.06.01).

При отсутствии у Вас электронной почты Вам необходимо передать вышеуказанные заполненные документы по факсу (495) 730-71-05 и уточнить по тел.(495) 730-71-03, (495) 989-26-88 правильность их заполнения.

Обращаем Ваше внимание, что сроки готовности документов будут определены только после получения Ассоциацией оригинала заявления с подписью руководителя и печатью предприятия!

Для упрощения процедуры оформления членства просим Вас заранее определить, как Вы будете получать готовые документы:

а) приедете сами (при себе необходимо иметь доверенность от Вашей организации на получение Свидетельства, предварительно (за день) записавшись на прием (по электронной почте: mail@gs1ru.org или по тел. (495) 730-71-03),(495) 989-26-88;

б) по почте (только после получения Ассоциацией оригинала Вашего заявления о вступлении);

ВНИМАНИЕ! Предприятие-член Ассоциации не имеет права передавать присвоенные уникальные идентификационные номера другим предприятиям и организациям. Документы о членстве выдаются только по получении Ассоциацией ЮНИСКАН оригинала Вашего заявления о вступлении.

Форму заявления о вступлении (Форма 01.01), формы перечней продукции (Формы 04.06.01) и образцы их заполнения Вы можете получить непосредственно в ЮНИСКАН/ГС1 РУС или распечатать с нашего сайта: <http://www.gs1ru.org/>

Вы можете также позвонить нам с Вашего факса по тел. (495) 640-53-25, (495) 989-26-88, и мы передадим Вам пакет вступительных документов.

Более подробную информацию можно получить непосредственно в Ассоциации автоматической идентификации ЮНИСКАН / ГС1 РУС либо на сайте www.gs1ru.org

7.1.2 КАК ПОЛУЧИТЬ НОМЕРА ШТРИХОВЫХ КОДОВ ДЛЯ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ (ИЗДАНИЙ)

1. Ваше предприятие является членом Ассоциации ГС1 РУС.
2. Предприятию присвоен уникальный международный номер (Global Company Prefix) и выдано Свидетельство.
3. При вступлении в Ассоциацию Вы получили номера штриховых кодов на свою продукцию, однако теперь у Вас появились новые образцы продукции (изданий), для которых также необходим штриховой код.
4. ЧЛЕНАМ АССОЦИАЦИИ НОМЕРА ШТРИХОВЫХ КОДОВ НА НОВУЮ ПРОДУКЦИЮ ПРИСВАИВАЮТСЯ БЕСПЛАТНО.

7.1.3 ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ НОМЕРОВ ШТРИХОВЫХ КОДОВ

1. Заполните по установленной форме Перечень продукции, подлежащей штриховому кодированию (см. <http://www.gs1ru.org/art1/art105.html>). Обязательно укажите наименование и регистрационный номер Вашего предприятия в Ассоциации ЮНИСКАН, а также фамилию и контактный телефон (e-mail) исполнителя.

ВНИМАНИЕ!

- Каждое издание указывайте в Перечне отдельной позицией.
 - Срок обработки заявки из 20 позиций составляет 5 рабочих дней.
 - Для ускорения обработки документов не указывайте в Перечне продукции более 50 позиций одновременно.
2. Заполненный Перечень продукции отправьте по электронной почте mail@gs1ru.org. В этот же день Вами будет получен ответ с указанием сроков исполнения заявки (дата занесения новых товарных номеров GTIN в электронный каталог ЮНИСКАН / ГС1 РУС).
 3. К назначенной дате готовые номера на Вашу новую продукцию появятся в электронном каталоге. Войдите в электронный каталог BASE 460 по адресу в Интернет <http://gepir.gs1.ru/> и самостоятельно получите зарегистрированные номера продукции GTIN-13
 4. При отсутствии возможности работы по электронной почте, перечень продукции можно передать по факсу (495) 640-53-26 и уточнить по телефону (495) 640-53-25 дату готовности документов.

7.1.4 ОСОБЕННОСТИ ИДЕНТИФИКАЦИИ ИЗДАНИЙ С ПЕРИОДИЧНОСТЬЮ ВЫХОДА МЕНЕЕ ОДНОЙ КАЛЕНДАРНОЙ НЕДЕЛИ (ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ)

Особенностью кодировки ежедневных изданий является необходимость идентификации по дням недели в рамках номера GTIN-13. В связи с этим изменяется структура идентификационного номера GTIN-13.

Отличия

GTIN-13	GTIN-13 для изданий с периодичностью выпусков от одной календарной недели и более	GTIN-13 для изданий с периодичностью выпусков от менее одной календарной недели.
1	Префикс GC1 РУС	
2		
3		
4	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	
5		
6		
7		
8		
9		
10	№ названия издания внутри предприятия (001-999)	№ названия издания внутри предприятия (01-99)
11		Номер дня недели, в который выходит издание (1-7)
12		
13	Контрольный разряд	

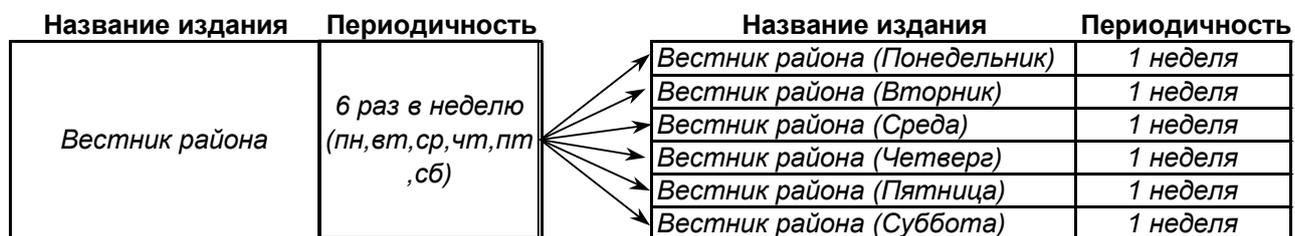
Суть изменения структуры номера GTIN-13 для данных изданий заключается в следующем:

- под порядковый номер издания внутри предприятия вместо 3-х цифр отводится 2 цифры (10-я и 11-я), т.е. интервал от 01 до 99
- 12-я цифра всегда обозначает день выхода издания в рамках календарной недели, т.е. интервал от 1 до 7:
 - понедельник - «1»
 - вторник - «2»
 - среда - «3»
 - четверг - «4»
 - пятница - «5»
 - суббота - «6»
 - воскресенье - «7»

Таким образом, каждое издание с периодичностью выхода менее одной недели должно иметь столько различных идентификационных номеров EAN/UCC-13 сколько раз в течение одной календарной недели издание выходит в свет.

Название издания	GTIN-13												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<i>Вестник района (Понедельник)</i>	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	1	C
<i>Вестник района (Вторник)</i>	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	2	C
<i>Вестник района (Среда)</i>	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	3	C
<i>Вестник района (Четверг)</i>	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	4	C
<i>Вестник района (Пятница)</i>	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	5	C
<i>Вестник района (Суббота)</i>	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	6	C

Вывод. В рамках рассматриваемой в настоящем документе методологии, одно издание с периодичностью выхода менее одной календарной недели рассматривается как несколько изданий с периодичностью выхода равной одной календарной неделе, имеющих различные индивидуальные номера GTIN-13



Для получения идентификационных номеров для продукции с периодичностью выхода менее одной недели, при подаче в ГС1РУС перечня продукции, подлежащей штриховому кодированию (см. п. 7.1.1) в графе «Календарные дни выхода» необходимо указать дни недели, в которые планируется выход данных изданий. (Приложение №1).

Итогом действий по п. 8.1.1-8.1.4 будет присвоение конкретному наименованию издания 1-й составляющей (GTIN-13) уникального идентификационного номера.

СТРУКТУРА ИДЕНТИФИКАЦИОННЫХ НОМЕРОВ ДЛЯ ИЗДАНИЙ С ПЕРИОДИЧНОСТЬЮ ВЫПУСКА ОТ 1-Й КАЛЕНДАРНОЙ НЕДЕЛИ И БОЛЕЕ

Выпуск издания



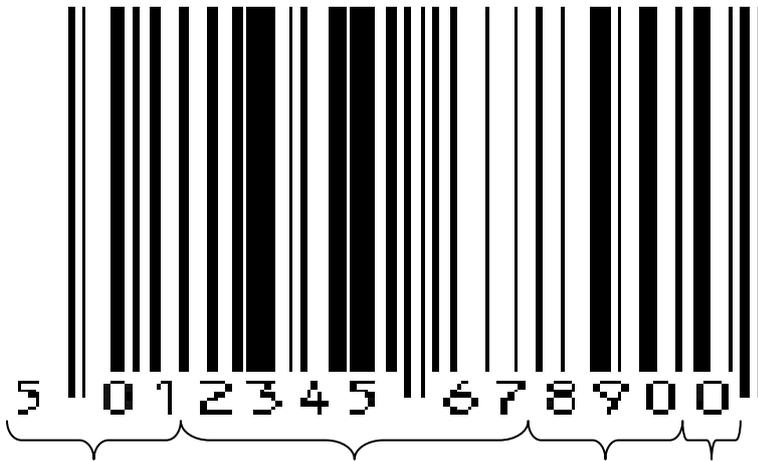
Название издания

(указанно в Свидетельстве о регистрации СМИ)

Номер выпуска

Все о моде

апр/2006



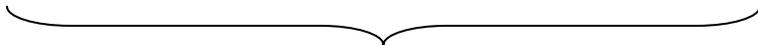
3 цифры
префикс (код)
национальной
организации GS1

6 цифр
регистрационный
номер предприятия,
присвоенный
национальной
организацией GS1

3 цифры
номер
издания
внутри
предприятия

1 цифра
контрольный
разряд

5 цифр
информация
о номере выпуска
издания



EAN-13

идентифицирует название издания

EAN-5

идентифицирует номер выпуска



EAN-13 + EAN-5

идентифицирует выпуск издания

**СТРУКТУРА ИДЕНТИФИКАЦИОННЫХ НОМЕРОВ ДЛЯ ИЗДАНИЙ С ПЕРИОДИЧНОСТЬЮ
ВЫПУСКА МЕНЕЕ ОДНОЙ КАЛЕНДАРНОЙ НЕДЕЛИ (ЕЖЕДНЕВНЫХ ИЗДАНИЙ)**



7.2 ДОБАВОЧНЫЙ 5-СИМВОЛЬНЫЙ ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЙ НОМЕР EAN/UCC-5 (Add-on)

Идентификация каждого номера выпуска конкретного наименования издания входит в компетенцию редакции, выпускающей данное издание.

Как отмечалось выше, для идентификации номера выпуска служит добавочный 5-символьный идентификационный номер EAN/UCC-5 (Add-on)

Использование в качестве Add-on формата EAN/UPC-5, позволяет обеспечить уникальность идентификационного номера для каждого выпуска издания в течение 100 лет.

За обеспечением уникальности Add-on обязана следить непосредственно редакция, выпускающая конкретное издание.

Обязательное условие – каждый последующий номер выпуска конкретного наименования издания должен иметь идентификационный номер EAN/UCC-5 (Add-on) отличный от предыдущего.

Для унификации механизма присвоения Add-on всеми Редакциями для любых периодических печатных изданий предлагается следующая методика:

Таблица №1

		Издания, с периодичностью выпуска менее 1-й календарной недели (Ежедневные издания)	Издания, с периодичностью выпуска 1 (одна) календарная неделя	Издания, с периодичностью выпуска более 1-й (одной) календарной недели, но менее 1-го (одного) календарного месяца	Издания, с периодичностью выпуска 1(один) календарный месяц	Издания, с периодичностью выпуска один раз в 1,5(полтора); 2 (два) календарных месяца, ежеквартальные издания
GTIN-13 (присваивается ГС1 РУС см. выше)	1					
	2	префикс ГС1 РУС	префикс ГС1 РУС	префикс ГС1 РУС	префикс ГС1 РУС	префикс ГС1 РУС
	3					
	4					
	5	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	Регистрационный номер предприятия (Редакции)
	6					
	7					
	8					
	9					
	10	№ издания (01-99)	№ издания (001-999)	№ издания (001-999)	№ издания (001-999)	№ издания (001-999)
	11					
	12	№ дня недели (1-7)				
	13	Контрольн. разряд	Контрольн. разряд	Контрольн. Разряд	Контрольн. разряд	Контрольн. разряд

Add-on	1	Две последние цифры года (00-99)	Две последние цифры года (00-99)	Две последние цифры года (00-99)	Две последние цифры года (00-99)	Две последние цифры года (00-99)
	2	Цифра «1»	Цифра «0»	Цифра «0»	Цифра «0»	Цифра «0»
	3	Номер недели (01-53)	Номер недели (01-53)	Номер первой недели охваченного периода (01-53)	Номер месяца (01-12)	Номер первого месяца охваченного периода (01-12)
	4					
	5					

Таблица №1 (Продолжение)

		Издания, с периодичностью выпуска один раз в сезон (зима, весна, лето, осень)	Издания, с периодичностью выпуска два или три раза в год	Издания, с периодичностью выпуска один раз в год	Особая периодичность или иные соображения Редакции (кроме ежедневных изданий)
GTIN-13 (присваивается ГС1 РУО см. выше)	1	префикс ГС1 РУС	префикс ГС1 РУС	префикс ГС1 РУС	префикс ГС1 РУС
	2				
	3				
	4	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	Регистрационный номер предприятия (Редакции)	Регистрационный номер предприятия (Редакции)
	5				
	6				
	7				
	8				
	9				
	10	№ издания (001-999)	№ издания (001-999)	№ издания (001-999)	№ издания (001-999)
	11				
	12				
	13	Контрольн. разряд	Контрольн. разряд	Контрольн. Разряд	Контрольн. разряд

Add-on	1	Две последние цифры года (00-99)	Две последние цифры года (00-99)	Две последние цифры года (00-99)	Две последние цифры года (00-99)
	2	Цифра «0»	Цифра «0»	Цифра «0»	Последовательно нумеруются от 001 до 999
	3	Цифра «0»	Цифра «0»	Цифра «0»	
	4	1-лето, 2-осень, 3-зима, 4-весна	Номер первого охваченного сезона (1-4)	Цифра «5»	
	5				

Важно: Для обеспечения выполнения данного пункта на качественном уровне в Редакции необходимо произвести следующие организационные мероприятия:

- из числа сотрудников редакции выделить конкретного сотрудника, отвечающего за процесс идентификации. Закрепить данную функцию в должностных инструкциях данного сотрудника.
- методология идентификации выпускаемых редакцией периодических изданий должна быть закреплена внутренним нормативным документом.
- «система накопления знаний» в редакции должна быть организована таким образом, что бы исключить утерю базы уже присвоенных идентификационных номеров при любых вероятных рисках (уход или увольнение ответственного сотрудника, программные сбои и т.д.)

8. ОСОБЕННОСТЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ ВЫПУСКОВ ИЗДАНИЙ

Специальный выпуск издания не является очередным номером данного издания, а является обособленным отдельным изданием.

Существуют ряд причин, позволяющих сделать такой вывод:

- Специальный выпуск издания находится в продаже одновременно с текущим номером основного издания;
- формат номера выпуска Специального выпуска не совпадает с форматом номера выпуска основного издания;
- название Специального выпуска не совпадает с названием основного издания;
- периодичность выхода Специальных выпусков не совпадает с периодичностью выхода основного издания;

Более того, в соответствии со статьей 2 Закона «О СМИ» продукция, имеющая постоянное название, текущий номер и выходящий в свет не реже одного раза в год

является обособленным периодическим изданием и на основании статьи 8 Закона «О СМИ» обязано иметь собственное, отличное от других СМИ, Свидетельство о регистрации.

Таким образом, при присвоении идентификационных номеров Специальным выпускам изданий, данную продукцию необходимо рассматривать как отдельное издание, т.е. имеющее идентификационный номер GTIN-13, отличный от других.

Пример:

Название издания	Номер выпуска	Периодичность	GTIN-13													Add-on				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	N1	N2	N3	N4	N5
Все о моде	апр/2006	12 раз в год	x1									Y1		C1	0	6	0	0	4	
Все о моде. Спец	2006	1 раз в год	x1									Y2		C2	0	6	0	0	1	
Все о моде. Дети	-	реже 1 раза в год	x1									Y3		C3	-	-	-	-	-	

9. НАНЕСЕНИЕ ШТРИХОВОГО КОДА

Итак, выполнив все описанные выше действия, конкретному изданию присвоен индивидуальный идентификационный номер **GTIN-13 + EAN/UCC-5**, который в итоге состоит из 18 цифр.

Следующим шагом идет нанесение данного идентификационного номера на издание в формате **EAN-13 + EAN•UPC –5**.

Этому и посвящен следующий раздел.

9.1 НОМИНАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ

9.1.1 НОМИНАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ СИМВОЛА ШТРИХОВОГО КОДА EAN-13

ширина символа – 37,29 мм;

высота символа – 25,93 мм;

высота штриха – 22,85 мм;

левая свободная зона – 3,63 мм (или 11X);

правая свободная зона – 2,31 мм (или 7X);

штрихи, образующие левый и правый знаки-ограничители, а также центральный знак-ограничитель должны быть удлинены ВНИЗ на 1,65 мм (или 5X).

высота цифр в символе номинального размера - 2,75 мм;

минимальное расстояние от верхнего края цифр до нижнего края штрихов - 0,5X (0,165 мм).



Допускается как пропорциональное увеличение символа EAN-13 до 200% от номинальных размеров, так и уменьшение до 80%:

- Номинальный размер (со свободными зонами): 37,29 мм x 25,93 мм (100%)
- Минимальный размер (со свободными зонами): 29,83 мм x 20,74 мм (80%)
- Максимальный размер (со свободными зонами): 74,58 мм x 51,86 мм (200%)

Усечение штрихового кода по высоте недопустимо! Уменьшение высоты символа при сохранении его горизонтальных размеров (усечение) препятствует нормальной работе многоручевых сканеров, которые широко используются в супермаркетах.

9.1.2 НОМИНАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ СИМВОЛА ШТРИХОВОГО КОДА EAN/UPC-5

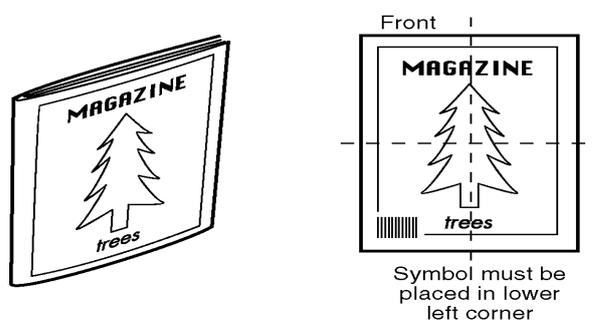
Символ штрихового кода добавочного кода EAN/UPC-5 должен применяться совместно с символом штрихового кода EAN-13. Он никогда не сканируется отдельно, и данные от обоих символов штрихового кода обрабатываются вместе.



10. РАЗМЕЩЕНИЕ СИМВОЛА ШТРИХОВОГО КОДА

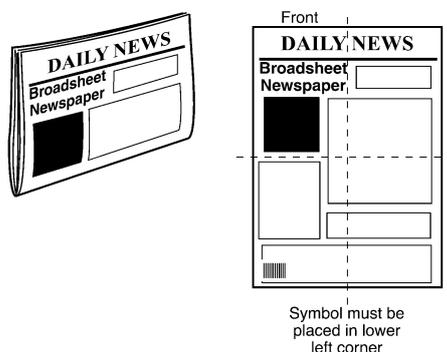
Журналы

В **левой нижней четверти лицевой стороны**, возле края с соблюдением соответствующей свободной зоны вокруг символа штрихового кода.

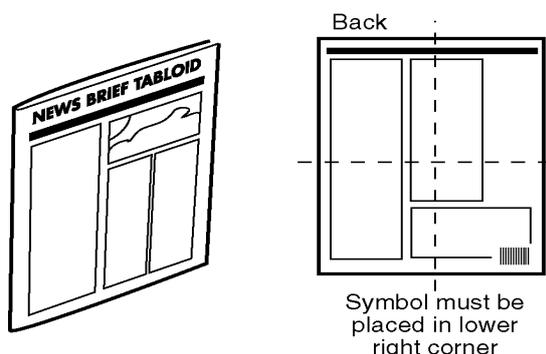


Газеты

Когда газеты выставляются на продажу так, как показано на приведенном ниже рисунке слева, символ должен размещаться в **левой нижней четверти лицевой стороны**, возле края с соблюдением соответствующей свободной зоны вокруг символа штрихового кода. Если используется дополнительный символ, он должен быть размещен справа от основного символа и параллельно ему.



Когда газеты выставляются на продажу так, как показано на приведенном ниже рисунке, символ должен размещаться в **правой нижней четверти оборотной стороны**, возле края с соблюдением соответствующей свободной зоны вокруг символа штрихового кода. Если используется дополнительный символ, он должен быть размещен справа от основного символа и параллельно ему.



Правило краев

Символ штрихового кода не должен располагаться **ближе, чем на 8 мм (0,3 дюйма)** или **дальше, чем на 102 мм (4 дюйма)** от любого края обложки.

11. ОСОБЕННОСТИ НАНЕСЕНИЯ ШТРИХОВЫХ КОДОВ НА ИЗДАНИЯХ С ВЛОЖЕНИЯМИ.

Идеальным вариантом с точки зрения идентификации издания является наличие штрихового кода на издании и отсутствие штрихового кода на вложении, при этом вложение должно быть размещено таким образом, что бы обеспечить беспрепятственное сканирование штрихового кода нанесенного на издание. (А - верно, С – неверно)

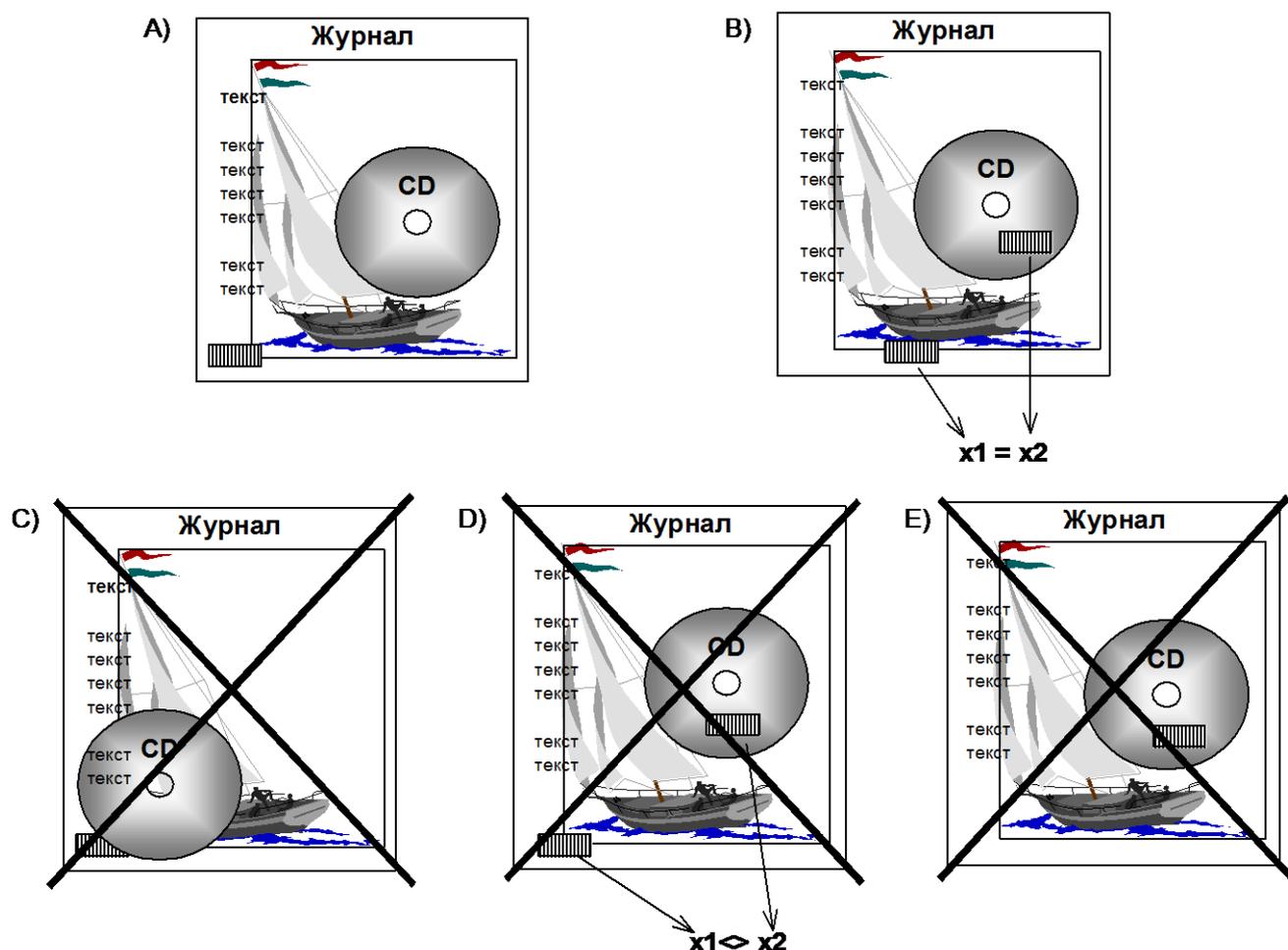
Однако, очень часто в качестве вложения в издание используется какой либо товар народного потребления (ТНП) уже имеющий собственный штриховой код, который идентифицирует именно данный товар (D). При этом на одном издании появляется два штриховых кода, один из которых идентифицирует издание, а второй вложение. Данная ситуация недопустима, т.к. в данном случае значительно увеличивается вероятность возникновения ошибки при сканировании штрихового кода, а соответственно и при идентификации данного издания.

Таким образом, при использовании вложений необходимо соблюдать простое правило:

Штриховой код на вложении может размещаться только в случае, если соответствующий ему идентификационный номер совпадает с идентификационным номером издания. (B)

Для обеспечения данного правила возможны следующие действия:

1. При планировании использования в качестве вложения какого-либо ТНП, оговаривать с поставщиком (производителем) данного ТНП возможность поставки ТНП без штрихового кода.
2. Штриховой код на ТНП, используемых в качестве вложений, может быть скрыт (к примеру, заклеен наклейкой «Вложение» или наклейкой со штриховым кодом издания-носителя данного вложения). Данную процедуру возможно осуществлять как силами редакции так и силами поставщика (производителя) данного ТНП.
3. При размещении вложения, располагать его под целофанированной упаковкой издания таким образом, что бы штриховой код не мог быть считан сканером, т.е. просто перевернуть вкладываемый ТНП.



12. КАКОГО ЦВЕТА МОЖЕТ БЫТЬ ШТРИХОВОЙ КОД

При считывании штрихового кода сканер реагирует на чередование темных и светлых полей, поэтому контраст между штрихами и пробелами должен быть достаточным для его работы. **Поскольку лазерный луч сканера красного цвета, то "видит" он цвета так, как человек, носящий красные очки.**

В идеале, напечатанные штрихи символа штрихового кода должны быть совершенно черные, а поле, на котором они печатаются, - идеально белым. В этом случае обеспечивается наивысшая контрастность. Это условие не всегда можно соблюсти на практике, так как штриховые коды печатаются в цветовых вариантах, предусмотренных дизайном упаковки.

Если придерживаться основных правил, касающихся цвета, контраста и изображения, то можно создавать читаемые штриховые коды любых цветов и на любом типе упаковочного материала. Ниже приведены цветовые сочетания штриховых кодов, уверенно считываемые сканером.

ЦВЕТОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ, УВЕРЕННО СЧИТЫВАЕМЫЕ СКАНЕРОМ

Синий на белом	Коричневый на белом	Черный на белом	Зеленый на белом
Синий на желтом	Коричневый на желтом	Черный на желтом	Зеленый на желтом
Синий на оранжевом	Коричневый на оранжевом	Черный на оранжевом	Зеленый на оранжевом

13. КАК ЗАКАЗАТЬ ПЕЧАТЬ ШТРИХОВОГО КОДА

Штриховой код для издания лучше всего напечатать в той же типографии, в которой размещен заказ на печать данного издания. Для этого на макете обложки необходимо предусмотреть прямоугольное поле номинального размера, внутри которого размещается штриховой код EAN с номером товара.

Если Редакция работает с зарубежной типографией, то в заказе достаточно указать печать штрихового кода EAN-13 + EAN/UPC-5 и номер товара GTIN-13 + EAN/UCC-5 , например, - 4607009520018 + 03123. Полиграфистам стран Запада, включая Финляндию, Чехию и Словакию, этой информации достаточно.

Если Редакция работает с Российской типографией или типографией из стран "ближнего зарубежья", то в типографию следует предоставить так называемый **ФИЛЬМ-МАСТЕР**.

Фильм-мастер – это оригинал на пленке с изображением символа штрихового кода. Он предназначен для типографского воспроизведения символа штрихового кода стандартными процессами печати и включения его в изображение на упаковке. **Фильм-мастер изготавливается на специализированном оборудовании с точным соблюдением допусков.** Изготовлением **фильм-мастеров** занимаются специализированные организации.

Так как с одного **фильм-мастера** можно изготовить весь тираж упаковки, стоимость штрихового кодирования в этом случае будет не высокой.

Многие современные типографии работают не только с пленками, но и с компьютерными изображениями. В этом случае при заказе штрихового кода, «мастер» передается в виде компьютерного файла на дискете – так называемый **МАСТЕР-ФАЙЛ**. Для изготовления и **фильм-мастера**, и **мастер-файла** необходимо специальное программное обеспечение. Широко распространенными редакторами и графическими программами, в которых разрекламирована возможность печати штриховых кодов EAN, лучше не пользоваться. Полученное изображение для человеческого глаза будет красиво, но для сканера, особенно после типографского воспроизведения на различных типах бумаги, может оказаться неудовлетворительным.

В специализированной фирме можно не только заказать **мастер штрихового кода**, но и проверить готовое изображение. Техническая процедура измерения символа штрихового кода, в процессе которой определяется соответствие его показателей спецификации символики, называется **ВЕРИФИКАЦИЕЙ**.

14. ГДЕ ЗАКАЗАТЬ ФИЛЬМ-МАСТЕР, КУПИТЬ ОБОРУДОВАНИЕ И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Для того, чтобы заказать **фильм-мастер**, приобрести оборудование для штрихового кодирования и расходные материалы, следует обратиться к одной из специализированных организаций. Ассоциация автоматической идентификации ЮНИСКАН / GS1 РУС объединяет не только пользователей международной системы GS1 (ранее EAN/UCC), но и поставщиков оборудования и услуг автоматической идентификации.

Международная ассоциация поставщиков оборудования и услуг в области автоматической идентификации и мобильных компьютерных технологий AIM — объединяет свыше 15 тысяч компаний-членов во всем мире на базе 24 региональных и национальных организаций.

Российская национальная ассоциация AIM РОССИЯ (см. www.aim.ru) по состоянию на конец 2009 год состоит из 35 ведущих компаний в области штрихового кодирования и автоматической идентификации. Перечень компаний для заказа **фильм-мастеров** и приобретения оборудования см. <http://www.aim.ru/art1/art436.html>, http://www.gs1ru.org/about/mos_serv/ и http://www.gs1ru.org/about/reg_serv/.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОДУКЦИИ, ПОДЛЕЖАЩЕЙ ШТРИХОВОМУ КОДИРОВАНИЮ

Наименование предприятия _____

Номер предприятия в ЮНИСКАН/ГС1 РУС (номер GLN) _____

Порядковый номер товара _____

Единичная упаковка/GTIN							№01
*Наименование на этикетке							
Полное наименование товара							
*Зарегистрированная торговая марка (бренд)							
*Тип упаковки							
*Материал упаковки							
*Дополнительное описание упаковки							
Код продукции по ОКП							
*Периодичность издания							
*Дни выхода издания (для продукции с периодичностью меньше недели)				Пн.	Вт.	Ср.	Чт.
Возраст целевой аудитории (Российская Система Возрастных Рейтингов)							
Форма периодического распространения							
Форма периодического распространения (для цифровых изданий)				Загружаемый		На диске	

Групповая и транспортная упаковки заполняются при необходимости нанесения штрихового кода на данную упаковку:

*Выберите одно: __ Групповая упаковка к GTIN _____ ИЛИ __ Транспортная упаковка к GTIN _____ № 02			
*Тип упаковки			
*Материал упаковки			
Дополнительное описание упаковки			
*Количество вложенных упаковок	Содержит		упаковок №
Вес брутто			

*Выберите одно: __ Групповая упаковка к GTIN _____ ИЛИ __ Транспортная упаковка к GTIN _____ № 03			
*Тип упаковки			
*Материал упаковки			
Дополнительное описание упаковки			
*Количество вложенных упаковок	Содержит		упаковок №
Вес брутто			

Ответственный _____ (Ф.И.О.) _____ (код города) (телефон) _____ (Подпись)

- Образец и порядок заполнения Формы 04.06.01, приведенные в Формах 04.06.03 и 04.06.02 соответственно и справочники типов и материалов упаковки находятся на сайте <http://www.gs1ru.org>.
- Поля, отмеченные звездочкой, подлежат обязательному заполнению. Если значение для обязательного поля указать невозможно, следует вписать слово «нет».

Документ следует направить по адресу mail@gs1ru.org или по факсу (495) 640-53-26