

Sổ tay hướng dẫn về Mã sản phẩm Toàn cầu

UPC - Universal Product Code

Tháng 7 năm 1994

(In lại tháng 1 năm 1996)

Trong ấn phẩm này, các chữ cái “U.P.C” chỉ được sử dụng như là dạng viết tắt của “Universal Product Code” – Mã sản phẩm Toàn cầu - đây là một hệ thống phân định sản phẩm. Các chữ cái này không ám chỉ UPC^R – dấu chứng nhận đã đăng kí cấp liên bang của Hiệp hội quốc tế về hệ thống ống nước và Viên chức Cơ khí (“IAPMO”) để công nhận tính phù hợp với Mã Hệ thống ống nước Đồng dạng do IAPMO quản lý.

Mở đầu

Mục đích của cuốn sổ tay này là để tạo thuận lợi cho việc sử dụng hệ thống đánh số Mã Sản phẩm Toàn cầu (UPC). Hội đồng mã thống nhất (UCC, Inc.) là văn phòng quản lý mã trung tâm.

UCC, Inc. sẽ cung cấp cuốn sổ tay này cho tất cả các công ty khi họ gia nhập UCC.

Các vấn đề và thay đổi được đưa ra sẽ được chuyển đến UCC. UCC sẽ xem xét và nắm quyền tất cả thay đổi. Các công ty thành viên sẽ được UCC thông báo về các thay đổi và bổ sung của hướng dẫn.

Điều cơ bản

Nhu cầu cơ bản đằng sau những hướng dẫn này là để xây dựng một hệ thống quản trị thông qua ngành công nghiệp để tạo thuận lợi cho việc kiểm soát hàng tồn kho, kế toán, duy trì báo cáo và báo cáo đã được máy tính hóa có hiệu quả hơn. Những tiết kiệm của việc quản trị hành chính trong những phạm vi này là khả thi thông qua việc sử dụng hệ thống đánh số chung.

Các hướng dẫn của UPC

Lời giới thiệu

Các hướng dẫn này được thiết lập để tạo thuận lợi cho việc áp dụng, quản trị và làm hoạt động hệ thống UPC. Để hiểu được các hướng dẫn này, một vài định nghĩa và trách nhiệm là cần thiết.

Mã sản phẩm toàn cầu (U.P.C)

Mã sản phẩm toàn cầu là một số gồm 12 chữ số thập phân, toàn bộ mã số sẽ phân định gói hàng tiêu dùng. Mã bao gồm một kí tự của hệ thống số, một số phân định nhà sản xuất gồm 5 chữ số, một mã vật phẩm gồm 5 chữ số và một kí tự kiểm tra.

Kí tự của hệ thống số

Vị trí đầu tiên trong mã UPC gồm 11 chữ số thập phân, kí tự của hệ thống số, dùng để “làm cho hợp” các con số khác về nghĩa cũng như về danh mục.

Số phân định nhà sản xuất

Số phân định nhà sản xuất là một số gồm 5 chữ số thập phân do UCC cấp. Số phân định nhà sản xuất UPC dành cho việc sử dụng duy nhất của người đăng kí và là tài sản có giới hạn của thành viên người mà được cấp tài sản có giới hạn đó. Bất cứ việc sử dụng nào khác mã số này đều bị cấm bao gồm nhưng không giới hạn cả việc cho thuê, thuê hoặc chia nhỏ ra toàn bộ hay chia thành từng phần mã số UPC.

Số mã vật phẩm

Mã vật phẩm là một số gồm 5 chữ số thập phân do công ty thành viên cấp và kiểm soát. Mã vật phẩm phải là duy nhất cho mỗi gói hàng tiêu dùng và/ hoặc công-ten-nơ vận chuyển.

Kí tự kiểm tra

Một chữ số thập đơn được dùng để kiểm tra sự chính xác của toàn bộ số UPC. Khi quét, kí tự kiểm tra giúp hệ thống quét kiểm tra rằng nó đã quét chính xác mã vạch.

Mã gói hàng tiêu dùng UPC

Mã gói hàng tiêu dùng UPC đề cập đến mã UPC được cấp cho gói hàng tiêu dùng.

Mã thùng hàng UPC

Mã thùng UPC đề cập đến mã UPC cấp cho công-ten-nơ vận chuyển. Một mã thùng hàng UPC duy nhất phải được cấp cho mỗi thay đổi về đóng gói, về cỡ, về thùng hàng, về màu sắc hoặc về giá cả khi cần phân biệt thùng hàng như một đơn vị lưu kho.

Quản lý mã

UCC là một văn phòng quản lý mã trung tâm. Văn phòng này sẽ chỉ cấp mã số phân định nhà sản xuất theo các nguyên tắc của UPC, nhưng sẽ không cấp mã số vật phẩm. Cũng sẽ không yêu cầu Văn phòng duy trì một danh sách các mã số vật phẩm do mỗi nhà sản xuất cấp. Mỗi nhà sản xuất sẽ tiếp tục cấp, kiểm soát và ghi lại mã số vật phẩm của riêng mình trong phạm vi cấu hình của UPC. Các công ty muốn có số phân định nhà sản xuất UPC phải nộp đơn xin trực tiếp cho UCC tại 8163 đường Old Yankee, Suite J, Dayton, Ohio 45458.

Cấp mã

Nguyên tắc cơ bản đối với việc cấp mã UPC là các gói hàng tiêu dùng xác định hoặc các công-ten-nơ vận chuyển xác định phải có cùng một mã UPC trong cả công ty sản xuất. Việc cấp các mã UPC khác nhau cho cùng một gói hàng tiêu dùng hay công-ten-nơ vận chuyển sẽ gây gánh nặng đáng kể cho nhà phân phối. Ví dụ, một vài nhà sản xuất cấp mã tùy thuộc vào vị trí của nhà máy sản xuất. Vô số các con số mà kết quả có thể gây ra sự cố nghiêm trọng đối với việc lưu trữ của máy tính tại cấp bán lẻ. Mặt khác, một mã UPC riêng sẽ được cần đến để phân biệt lọ dầu gội đầu 8 aoxơ với dầu gội đầu 12 aoxơ và dầu gội đầu dàu đất 3 aoxơ với dầu gội xêri 3 aoxơ, mặc dù giá cả là như nhau.

Hệ thống đánh số không bao gồm bất kì khía cạnh nào thuộc tính mô tả. Ví dụ, mã vật phẩm do một nhà sản xuất cấp cho một sản phẩm nào đó (ví dụ, sản phẩm X 10 aoxơ) không phải giống với mã vật phẩm do một công ty cạnh tranh trực tiếp cấp cho sản phẩm tương tự của công ty này (có nghĩa là sản phẩm X 10 aoxơ), với cỡ tiếp theo cũng không (ví dụ sản phẩm X 12 aoxơ trong cùng một công ty).

UCC sẵn có các cuốn sổ tay UPC tại 8163 đường Old Yankee, Suite J, Dayton, Ohio 45458. Chúng bao gồm mọi dữ liệu và quy định kĩ thuật về cấu trúc mã vạch cũng như dữ liệu về vị trí. Chi tiết về tính cạnh tranh với mã thuốc quốc gia FDA mã vật phẩm có liên quan đến sức khỏe quốc gia có trong các bản vẽ từ 3A đến 4B trong cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch và trong sổ tay hướng dẫn UPC, hướng dẫn #18.

Hướng dẫn UPC #1

Việc mã hóa gói hàng tiêu dùng UPC

Mã gói hàng tiêu dùng UPC phải đủ để miêu tả đầy đủ đơn vị tiêu dùng.

Không thể chứa được các mã số hay chữ cái tiền tố hay hậu tố - để chỉ ra cỡ, mùi vị, ...

Việc mã hóa sản phẩm mới

Phải thông báo trước cho khách hàng 30 ngày khi giới thiệu một sản phẩm mới mà sản phẩm mới này đòi hỏi một mã số UPC mới.

Một mã UPC mới phải được dùng chỉ khi sản phẩm được giới thiệu lúc đầu hoặc một sản phẩm đang tồn tại bị thay đổi một cách chủ yếu.

Những thay đổi về trọng lượng, cỡ của gói hàng hay những thay đổi về cách trình bày được nói đến trong Hướng dẫn #27. Ngoài ra, các sản phẩm đang được thử nghiệm trên thị trường không được mang một mã UPC duy nhất nếu sản phẩm và gói hàng đó không có khả năng phân biệt với sản phẩm hiện thời.

Những sản phẩm được giới thiệu lúc đầu (bao gồm các mẫu có thể bán được, các cỡ thử nghiệm, các sản phẩm kiểm tra như được nói đến trong Hướng dẫn #25) phải có một mã UPC duy nhất.

Thời gian chuẩn bị trong việc thay đổi các mã UPC

Vì điều quan trọng là phải duy trì tính linh động trong hệ thống UPC, các nhà sản xuất có thể thay đổi mã UPC. Tuy nhiên, phải thông báo trước cho mỗi khách hàng ít nhất 30 ngày để tạo thuận lợi cho sự thay đổi cần thiết bởi nhà phân phối, người chuyển đổi vào hệ thống UPC. Số cũ không được cấp lại nếu có thể. Trong trường hợp phải cấp lại, giai đoạn giữ lại tối thiểu là 30 tháng đối với các vật phẩm vải vóc, quần áo và 48 tháng đối với các vật phẩm khác. Đây là các giai đoạn tối thiểu chuẩn bị một khoảng thời gian hợp lý cho SKU trải qua chu kỳ của sản phẩm bán lẻ.

Nhà sản xuất phải nhận thấy rằng các thay đổi tiếp theo đối với các mã UPC của mình sẽ gây ra chi phí cho nhà phân phối để điều chỉnh cho phù hợp và sẽ dẫn đến việc phần lớn các nhà bán lẻ xem vật phẩm bị đánh số lại về cơ bản như là một vật phẩm mới được đem ra bán.

Hướng dẫn này nhằm bao gồm các thực tiễn thương mại hiện thời và nhằm giảm đến mức tối thiểu dung lượng các mã số UPC trong sử dụng, phù hợp với mục tiêu cơ bản

của việc tạo thuận lợi cho các thiết bị kiểm tra đầu ra tự động và đặt hàng lại bán tự động trong phạm vi các tổ chức phân phối.

Nhấn mạnh:

- A. Những thay đổi về giá do nhà sản xuất hoặc nhà phân phối và những khác biệt về giá ở khu vực không được là lý do để cấp lại một mã UPC mới cho sản phẩm.
- B. Niềm tin của khách hàng trong việc quét yêu cầu sự toàn vẹn hoàn toàn về giá trong cửa hàng. Bất cứ sự thay đổi nào về mã số UPC đã dùng đều đe dọa sự toàn vẹn này.

Hướng dẫn UPC #2

Mã tiếp tố

Mã UPC không được bao gồm sự tham khảo về mã ngày, ngày đóng gói, vị trí nhà sản xuất hoặc thông tin khác đôi khi được đưa vào trên bao gói tiêu dùng. Những dữ liệu này là khác nhau đối với mỗi nhà sản xuất, đã được loại bỏ dứt khoát khỏi mã UPC để đạt được lợi nhuận năng suất có thể thông qua sự nhất trí về hệ thống phân định sản phẩm duy nhất.

Tuy nhiên, thông tin chỉ được nhà sản xuất dùng (ví dụ, vị trí của nhà sản xuất) có thể được đưa vào bằng mã tiếp tố hoặc danh hiệu khác trên công-ten-nơ vận chuyển, nhưng không phải là trên bao gói tiêu dùng. hãy xem Mã công-ten-nơ vận chuyển UPC và quy định kĩ thuật về mã vạch.

Hướng dẫn UPC # 3

Nhiều mã số UPC cho cùng một sản phẩm

Các nhà sản xuất không được cấp một mã UPC khác cho cùng một sản phẩm.

Tuy nhiên, trong những hoàn cảnh ít gặp, cùng một sản phẩm có thể được sản xuất ở những địa điểm khác nhau, mỗi sản phẩm sử dụng một mã UPC khác nhau. Nhiều mã số trên cơ sở này có thể gây ra hàng loạt vấn đề cho cả nhà sản xuất và nhà phân phối.

Nhấn mạnh

- A. Sản phẩm XYZ được sản xuất tại các vị trí A, B và C phải được cấp cùng một mã UPC (ví dụ 0 19810-17385) không tính đến vị trí sản xuất.
- B. Xem hướng dẫn số 9 về mã UPC cho các nhà đóng chai được cấp quyền đại lý kinh tiêu.

Hướng dẫn UPC # 4

Nhiều mã UPC cho cùng một nhà sản xuất

Ban lãnh đạo Hội đồng sẽ cố gắng hạn chế mỗi công ty một mã phân định nhà sản xuất đơn để tiết kiệm ngân hàng mã. Mã UPC có thể không được lặp lại trong phạm vi một công ty, ví dụ, để phân định sản phẩm A trong nhóm X và sản phẩm B trong nhóm Y. Nếu hội đồng yêu cầu và thông qua, một mã phân định nhà sản xuất khác có thể được cấp cho nhóm riêng. Mỗi công ty phải lập kế hoạch trước để xác định cần bao nhiêu mã số phân định nhà sản xuất để tham gia vào UPC.

Sự sát nhập và sự thu được

Trong trường hợp sát nhập hoặc thu được, các mã UPC phải tiếp tục được sử dụng trên sản phẩm hiện có. Như là sản phẩm mới được giới thiệu hoặc nếu nó trở thành cần thiết phải thay đổi mã số trên sản phẩm hiện có, mã số nhà sản xuất UPC phải là số đã được cấp cho công ty thu nạp được công ty kia hoặc công ty còn lại sau sát nhập.

Khi chỉ một phần dây chuyền sản phẩm của một công ty khác bị thu được và dây chuyền của công ty đó là đã thu được từ phần kinh doanh còn lại, các mã UPC phải được đổi thành mã số nhà sản xuất của công ty thu nạp được công ty kia như là các nhãn mới được in và như là các sản phẩm mới được giới thiệu.

Nhấn mạnh

Mỗi nhà sản xuất phải nhận thấy những bất lợi dài hạn của việc duy trì các mã không tương hợp, riêng biệt và các mã phân định nhà sản xuất riêng biệt như vậy.

Xem hướng dẫn #1 đối với hướng dẫn về việc khai báo với nhà bán lẻ của bất kì thay đổi nào về mã số UPC.

Hướng dẫn UPC #5

Cấp mã khu vực

Không được cấp cùng một mã UPC cho các sản phẩm khác nhau ở những khu vực khác nhau do một công ty bán. Đó là, mã UPC cho sản phẩm X chỉ được bán ở đông bắc không được cấp cho sản phẩm Y chỉ được bán ở tây nam.

Mặt khác, như đã chỉ ra trước, sản phẩm X bán ở đông bắc không được cấp một mã UPC khác so với sản phẩm X bán ở tây nam.

Hướng dẫn UPC # 7

Các đơn vị tiêu dùng có nhiều gói

Các sản phẩm bán trong nhiều gói phải mang mã gói hàng tiêu dùng UPC cho đơn vị bán hàng tiêu dùng nhỏ nhất và một mã gói hàng tiêu dùng UPC khác cho mỗi sự tập hợp. Ví dụ, một gói 5 thanh kẹo cao su phải có một mã gói hàng tiêu dùng UPC duy nhất (ví dụ 0 12345-00061). Hơn nữa, nếu một công-ten-nơ 20 gói cũng được đem bán tại cấp tiêu dùng, đơn vị tiêu dùng đó phải mang một mã gói hàng tiêu dùng UPC khác (ví dụ 0 12345-00063).

Nhà sản xuất phải thiết lập các cấp riêng biệt khả thi cho mỗi sản phẩm của mình và đạt được sự thông hiểu với khách hàng của mình để tuân thủ các thủ tục kiểm tra đầu ra có hiệu suất cao.

Nguyên tắc cơ bản cho các nhà sản xuất tuân theo là cấp một mã gói hàng tiêu dùng UPC duy nhất cho các đơn vị tiêu dùng riêng trong phạm vi một sản phẩm nhiều gói bất cứ khi nào những đơn vị tiêu dùng hay những sự tập hợp riêng này được đem bán tại cấp bán lẻ.

Nhấn mạnh

- A. Lưu ý rằng các nhà phân phối có xu hướng xử lý sản phẩm rất khác nhau. Ví dụ, ở phía Nam món ngũ cốc gói trong giấy bóng kính với 10 gói trên đơn vị tiêu dùng theo thường lệ được phá nhỏ ra để cho phép bán mỗi một gói nhỏ một cách riêng rẽ. Các nhà bán lẻ ở vùng đó của đất nước về logic sẽ yêu cầu các mã để lập cho mỗi gói nhỏ và đơn vị 10 gói, để cho phép việc dán mã nguồn của mỗi đơn vị tiêu dùng nhỏ.
- B. Các sản phẩm dễ chia tách ra phải mang một mã riêng.
- C. Xem gợi ý trợ giúp nhà sản xuất #13.
- D. Lưu ý rằng các nhà phân phối và các nhà sản xuất thuốc lá sẽ cần quyết định liệu có yêu cầu một mã UPC cho các gói riêng và một mã UPC khác cho thùng các tông.

Hướng dẫn UPC # 8

Sử dụng lại các mã UPC

Mã UPC phải được sử dụng lại không sớm hơn 4 năm sau khi chờ hàng lần cuối cho bất kì nhà phân phối nào.

Giai đoạn một năm phải áp dụng cho các bao gói phục vụ hoạt động quảng cáo như nhãn hạ giá.

Quy tắc chung là nhà sản xuất phải đảm bảo rằng các đường dây là trống và các kho của nhà bán lẻ đã hết hàng trước khi sử dụng lại mã UPC của hàng đó.

Nhấn mạnh

- A. Một sản phẩm mới được giới thiệu với mã UPC 0 12345-10001. Sau đó, sản phẩm này bị thu hồi. Mã UPC 0 12345-10001 không được sử dụng lại trong 4 năm.
- B. Thuốc nước thoa tay XYZ (mã UPC 0 10000-00025) được chào hàng trên một nhãn 10c với mã UPC 0 10000-00026 trong một tháng. Mã UPC 26 không thể dùng lại cho bất kỳ sản phẩm nào khác đến tận một năm sau kể từ ngày gói thỏa thuận cuối cùng được gửi đi.
- C. Các hoạt động quảng cáo cho kì nghỉ phải được xác định là các bao gói quảng cáo (xem hướng dẫn UPC #10).
- D. “Nghĩa chung” phải là chìa khóa trong việc sử dụng lại các mã UPC. Phải cân nhắc cẩn thận ảnh hưởng của việc sử dụng lại và sự nhầm lẫn có thể trong phạm vi các kênh phân phối, đặc biệt khi đề cập đến các hệ thống lưu kho được máy tính hóa.

Hướng dẫn UPC # 9

Các nhà đóng chai được cấp quyền đại lý kinh tiêu

Các sản phẩm được đóng chai dưới một quyền đại lý kinh tiêu quốc gia phải mang cùng một mã UPC (11 số) không tính đến nơi đóng chai. Ví dụ, mã UPC cấp cho 6-aoxơ. Pepsi trong chai phải như nhau trong tất cả các chai pepsi. Điều này sẽ đạt được những tiết kiệm quan trọng dưới dạng các công-ten-nơ thông thường.

Một công ty mà các sản phẩm dạng chai không được cấp một mã số trên phạm vi quốc gia phải áp dụng mã số phân định nhà sản xuất của riêng mình.

Nếu một công ty đóng chai các sản phẩm được cấp quyền đại lý kinh tiêu quốc gia và cả các sản phẩm khác, thì phải có một mã số phân định nhà sản xuất riêng để cấp cho các sản phẩm khác đó.

Hướng dẫn UPC # 10

Hoạt động quảng cáo

Một con số các gói hàng quảng cáo hiện có trong thương mại. Một vài gói yêu cầu mã gói hàng tiêu dùng UPC chính quy và mã thùng hàng UPC chính quy. Một vài gói yêu

cầu mã thùng hàng tiêu dùng UPC chính quy nhưng chỉ một mã thùng hàng UPC duy nhất. Cuối cùng là một vài gói yêu cầu một mã gói hàng tiêu dùng UPC duy nhất và cả một mã thùng hàng UPC duy nhất.

Nhấn mạnh

- A. **Công bố về giá trên nhãn** - (KHÔNG được nhầm với PHIẾU giảm giá) – một vật phẩm thường không được ghi giá với hoặc là một giá đặc biệt hoặc là một công bố về giảm giá kết hợp vào nhãn.

Mã thùng hàng UPC và mã gói hàng tiêu dùng UPC phải là duy nhất theo như mã thùng hàng UPC và mã gói hàng tiêu dùng UPC trên vật phẩm thông thường (không phải là để quảng cáo).

- B. **Gói quà thưởng** – Một vật phẩm có lượng gia tăng (ví dụ thể tích, khối lượng hoặc số lượng) và được bán cùng giá như vật phẩm có lượng thông thường.

Mã thùng hàng UPC cho các gói quà thưởng phải là duy nhất theo như mã thùng hàng UPC cấp cho vật phẩm thông thường (không phải là để quảng cáo) (khối lượng của thùng và thể tích của thùng có thể thay đổi).

Ngoài ra, vật phẩm để quảng cáo phải được cấp một mã gói hàng tiêu dùng UPC duy nhất hơn là được cấp theo như cho vật phẩm thông thường (không phải là để quảng cáo). (Lượng gia tăng sẽ ảnh hưởng đến việc đánh giá cho đơn vị).

- C. **Vật phẩm miễn phí trên/ gần gói hàng tiêu dùng** - Vật phẩm được biếu mà không phải trả thêm chi phí khi vật phẩm tiêu dùng chính (hộp thức) được mua. Vật phẩm quảng cáo được bán cùng giá với vật phẩm chính. Vật phẩm chính và vật phẩm miễn phí có thể được gói lại cùng nhau để chúng không bị tách rời, hoặc chúng có thể được trưng bày gần nhau nhưng trong các túi riêng.

Hai vật phẩm được gói cùng nhau – Mã thùng hàng UPC và mã gói hàng tiêu dùng UPC phải là duy nhất theo như mã thùng hàng UPC và mã gói hàng tiêu dùng UPC trên vật phẩm hộp thức (không phải để quảng cáo).

Mã vạch trên cả vật phẩm chính và vật phẩm miễn phí phải bị che mờ (xem sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch, phần 5.11).

Hai vật phẩm gần nhau – Mã gói hàng tiêu dùng UPC của vật phẩm chính giống hệt mã gói hàng tiêu dùng UPC hộp thức.

Nếu vật phẩm miễn phí được dán mã vạch UPC thì mã vạch đó phải bị che mờ (xem sổ tay quy định kĩ thuật của mã vạch, phần 5.11).

Nếu vật phẩm miễn phí được vận chuyển cùng với vật phẩm chính, một mã thùng hàng UPC duy nhất phải được cấp để phân định công-ten-nơ vận chuyển vật phẩm để quảng cáo đó.

Nếu vật phẩm miễn phí được vận chuyển riêng khỏi vật phẩm chính, một mã thùng hàng UPC hợp thức phải được dùng cho công-ten-nơ vận chuyển vật phẩm chính và một mã thùng hàng UPC duy nhất phải được cấp để phân định chuyển xe chở vật phẩm miễn phí đó.

- D. Vật phẩm miễn phí trong gói hàng tiêu dùng** – Vật phẩm miễn phí được đóng gói bên trong gói vật phẩm tiêu dùng chính mà không có sự thay đổi về lượng sản phẩm và gói hàng để quảng cáo được bán cùng giá với gói hàng hợp thức.

Mã gói hàng tiêu dùng UPC phải giống hệt mã cấp cho mã gói hàng tiêu dùng chính.

Mã thùng hàng UPC, tuy nhiên, phải được cấp một số duy nhất.

- E. Cấu hình lại gói hàng tiêu dùng** – Gói hàng tiêu dùng được cấu hình lại vì mục đích quảng cáo, như công-ten-nơ có khả năng tái sử dụng, bao gồm cùng lượng sản phẩm như gói hàng hợp thức và được bán cùng giá.

Mã thùng hàng UPC và mã gói hàng tiêu dùng UPC cho gói hàng để quảng cáo phải giống hệt với mã cấp cho thùng hàng chính và gói hàng tiêu dùng chính.

- F. Phiếu giảm giá** (không được nhằm với thông báo về giá trên nhãn) – vật phẩm tiêu dùng với phiếu giảm giá cross-ruff, trong hoặc trên gói hàng. Phiếu “giảm giá” có thể cho vật phẩm tương tự hoặc bất kì vật phẩm tiêu dùng nào khác.

Điều quan trọng là chú ý rằng trên gói hàng quảng cáo mã vạch của mã phiếu UPC phải không để máy quét nhìn thấy. Mã vạch của phiếu có thể ở bên trong gói hàng hoặc ở trên mặt ngược lại (có nghĩa là ở bên trong) của nhãn bằng giấy.

Mã thùng hàng UPC phải giống hệt mã thùng hàng UPC hợp thức.

Mã gói hàng tiêu dùng UPC phải giống hệt mã gói hàng tiêu dùng UPC hợp thức.

- G. Bưu phẩm bên trong với bằng chứng mua hàng** – Vật phẩm tiêu dùng với phiếu hoặc vật liệu được in có khả năng phân định khác đưa ra bằng chứng của việc đã mua vật phẩm đó. Nó sẽ được khách hàng gửi trả lại qua bưu điện để hoàn lại, cho những vật phẩm khác, hoặc để mua những vật phẩm khác với giá được giảm.

Mã thùng hàng UPC phải giống hệt mã thùng hàng UPC hợp thức.

Mã gói hàng tiêu dùng UPC phải giống hệt mã gói hàng tiêu dùng UPC hợp thức.

H. Hàng hóa được bán với sự cho phép – Khi các vật phẩm được nhà bán buôn hoặc bán lẻ mua với giá hợp thức, các vật phẩm thêm vào sẽ được cung cấp miễn phí. Loại quảng cáo này được xử lý bằng hai cách. Lượng vật phẩm tiêu dùng trong thùng có thể được tăng lên hoặc lượng thùng hàng hợp thức có thể được tăng lên mà giá không tăng.

Khi lượng vật phẩm tiêu dùng trong thùng đã tăng (có nghĩa là số đếm vật phẩm tiêu dùng đã tăng từ 48 đến 60 cho một thùng), mã thùng hàng UPC phải khác với mã thùng hàng UPC hợp thức. Tuy nhiên, mã gói hàng tiêu dùng UPC phải giữ nguyên giống như mã gói hàng tiêu dùng UPC hợp thức.

Nếu lượng thùng hàng hợp thức gia tăng (ví dụ mua 10 thùng và được một thùng miễn phí), mã thùng hàng UPC và mã gói hàng tiêu dùng UPC phải giữ nguyên giống như mã thùng hàng UPC hợp thức và mã gói hàng tiêu dùng UPC hợp thức một cách tương ứng.

Chú ý

1. Trên các sản phẩm quảng cáo có mang cùng mã thùng hàng UPC như mã đã cấp cho thùng hàng hợp thức, nhà sản xuất có thể muốn phân định các công-ten-nơ vận chuyển cho các sản phẩm quảng cáo. Nhà sản xuất có thể phân định như vậy bằng cách sử dụng hậu tố cho mã thùng hàng UPC (xem hướng dẫn UPC #2)
2. Nhà sản xuất khi thay đổi mã thùng hàng UPC và/ hoặc mã gói hàng tiêu dùng UPC, vì bất kì lý do nào, phải thông báo trước cho khách hàng của mình ít nhất 30 ngày để tạo điều kiện dễ dàng cho những thay đổi trong hệ thống của họ (xem hướng dẫn UPC #1)
3. Có thể có các nguyên tắc của liên bang, của bang hay của địa phương yêu cầu nhà sản xuất thay đổi những hướng dẫn này.

Hướng dẫn UPC # 11

Khối lượng thay đổi

Rất nhiều sản phẩm là thực phẩm dễ hỏng (thịt tươi, sản phẩm tươi, phô mát tươi, cá tươi và các vật phẩm là gia cầm) được bán với giá tính theo cơ sở cân của Anh là pao tại nơi bán lẻ, và vì thế yêu cầu một phương pháp phân định khác so với phương pháp dùng cho các vật phẩm bán với giá tính theo cơ sở đơn vị. Những vật phẩm này thường được gọi là sản phẩm có khối lượng thay đổi. Tại thời điểm hiện tại, phần lớn các sản phẩm có khối lượng thay đổi được đóng gói tại cấp cửa hàng hay tại nhà máy

chế biến được kiểm soát của nhà bán lẻ. Tuy nhiên, một vài sản phẩm có khối lượng thay đổi được hoặc có thể được nhà sản xuất đóng gói và gán giá trước khi gửi đến cửa hàng đại lý của nhà bán buôn hay bán lẻ.

Hệ thống mã số “2” được dành riêng cho các vật phẩm có khối lượng thay đổi. Trong phạm vi hệ thống mã số “2” một sự sắp xếp dữ liệu gợi ý được thiết lập để điều chỉnh cho phù hợp các vật phẩm được đóng gói của cả nhà sản xuất và cả nhà bán lẻ.

Sự sắp xếp dữ liệu của sản phẩm có khối lượng thay đổi

<u>2</u>	<u>X₁</u>	<u>X₂X₃X₄X₅</u>	<u>X₆</u>	<u>X₇X₈X₉X₁₀</u>	<u>C</u>
Kí tự của hệ thống số	Mã của nhà đóng gói	Số phân định vật phẩm	Kiểm tra giá	Giá	Kiểm tra mô đun

Kí tự của hệ thống số. Như đã chú thích, hệ thống mã số “2” sẽ được dùng để phân định các vật phẩm có khối lượng thay đổi được bán với giá tính theo cơ sở cân Anh là pao tại nơi bán lẻ. Nếu vật phẩm có khối lượng thay đổi để bán với giá tính theo cơ sở đơn vị (có nghĩa là bằng số đếm thay cho bằng khối lượng) thì phải dùng hệ thống mã số “0, 6 hoặc 7”.

Mã của nhà đóng gói. Chữ số thập phân đầu tiên của mã 10 chữ số thập phân được dùng để phân định nhà đóng gói vật phẩm. Trong phạm vi chữ số thập phân này, sự sắp xếp sau sẽ được sử dụng:

Các chữ số 0, 1, 2, 3. Việc sử dụng một trong bốn chữ số này tại vị trí X₁ chỉ ra rằng vật phẩm đã được nhà bán lẻ đóng gói và gán mã vạch. Vì bằng việc xác định rõ việc gán và đọc mã vạch của những vật phẩm này là hoàn toàn trong phạm vi kiểm soát của nhà bán lẻ, về mặt kĩ thuật không cần thiết lập một sự sắp xếp tiêu chuẩn duy trì 9 con số thập phân khi các con số 0, 1, 2 hoặc 3 xuất hiện ở vị trí đầu tiên. Tuy nhiên, kinh nghiệm chỉ ra rằng phần lớn các nhà bán lẻ sẽ muốn duy trì một sự sắp xếp tiêu chuẩn cho tất cả các vật phẩm có khối lượng thay đổi mà không tính đến nơi đóng gói. Trong trường hợp cần hay không cần thiết lập một sự sắp xếp tiêu chuẩn, bốn con số 0, 1, 2, 3 sẵn có để phân định các vật phẩm được gán mã và đóng gói của nhà bán lẻ có thể được nhà bán lẻ sử dụng theo bất kì kiểu nào đáp ứng được nhu cầu của mình. Ví dụ nhà bán lẻ có thể sử dụng các mã bắt đầu bằng số 0 để phân định các vật phẩm được đóng gói trong kho, các mã bắt đầu bằng số 1 để phân định các vật phẩm được sản xuất tại địa điểm chế biến trung tâm của mình các mã bắt đầu bằng số 2 để phân định các vật phẩm gói lại ...

Các chữ số 4, 5, 6, 7, 8, 9. Việc sử dụng một trong 6 chữ số này ở vị trí X_1 sẽ chỉ ra vật phẩm đã được người bán hàng rong đóng gói và gán nhãn. Điều này cho phép xác định những người bán hàng rong một vật phẩm nào đó (có nghĩa là người bán hàng rong A gán vật phẩm của mình với số 4 ở vị trí X_1 , người bán hàng rong B sử dụng số 5...). Khi sử dụng sự sắp xếp này, gọi ý số 9 dành riêng cho các vật phẩm có mã vạch được gán bởi người bán hàng rong khi thông tin phân định người bán hàng rong không được thu thập.

Phân định vật phẩm. Các chữ số thập phân từ thứ hai đến thứ năm của mã mười chữ số thập phân được dùng để phân định từng vật phẩm. Việc cấp mã vật phẩm là trách nhiệm của người bán lẻ. Để đơn giản hóa việc gán mã vạch của người bán hàng rong, mã số vật phẩm đã được thiết lập cho các loại hàng hóa khi mã số đặc biệt của người bán hàng rong (thông qua hiệp hội thương mại của họ) phù hợp và cung cấp cho Hội đồng các tiêu chuẩn phân định vật phẩm... Vào thời điểm hướng dẫn đã sửa đổi này được công bố, Hội đồng gà giò quốc gia, Hiệp hội bơ sữa ăn sẵn quốc tế, liên bang Thổ Nhĩ Kỳ quốc gia, Viện ngư nghiệp quốc gia, Viện pho mát quốc gia và kho thực phẩm sống và ban thịt quốc gia đã đưa ra một danh sách như vậy. Bản copy danh sách vật phẩm tiêu chuẩn có thể lấy từ mỗi hiệp hội tương ứng.

Kiểm tra giá. Vị trí X_6 được dành cho số kiểm tra mô đun cho giá của vật phẩm (xem phần nhấn mạnh để biết chi tiết việc giải mã). Khi việc sử dụng số kiểm tra giá mô đun là không bắt buộc đối với nhà bán lẻ, vị trí X_6 nói trên được coi trọng khuyến nghị. Trong các trường hợp khi nhà bán lẻ quyết định không sử dụng nó, người bán hàng rong khi gán mã vạch cần thêm số 0 vào vị trí X_6 .

Giá. Các vị trí từ thứ 5 đến thứ 10 được dùng để mã hóa giá bán lẻ của vật phẩm. Trên các vật phẩm được gán mã của người bán hàng rong, hiển nhiên là người bán hàng rong cần biết giá cho từng cân Anh pao mà với giá đó nhà bán lẻ về cơ bản có ý định bán sản phẩm. Vì giá trên thị trường có xu hướng giao động và vì nhà bán lẻ muốn có khả năng đáp ứng nhanh những thay đổi về giá hoặc muốn có giá cạnh tranh, việc gán mã của người bán hàng rong cho các sản phẩm có khối lượng thay đổi có thể bị giới hạn cho các sản phẩm có thời gian bán tương đối ngắn.

Nhấn mạnh

Đề cập đến phần phân định của người bán hàng rong trong sự sắp xếp nói trên, chắc chắn là có ít trường hợp một nhà bán lẻ đặc biệt mua một vật phẩm có khối lượng thay đổi (ví dụ như ức gà, pho mát Thụy Sĩ từ vật nuôi trong nhà) của hơn 2 hay 3 người bán hàng rong. Kết quả là giới hạn của sự sắp xếp này cho 5 người bán hàng rong xác

định về bất kì vật phẩm đơn nào không thể gây ra rắc rối trong khâu hoạt động. Trong khi một dây chuyền lớn, bán ở nhiều vùng dịch vụ, có thể có nhiều hơn 5 người bán hàng rong thông suốt hệ thống của nó, không chắc rằng bất kì một đơn vị hành chính đơn nào (ví dụ như khu vực, quận hoặc vùng) sẽ vượt quá giới hạn 5 người bán hàng rong. Trong trường hợp có hơn 5 người bán hàng rong được sử dụng, nhà bán lẻ vẫn có thể áp dụng hệ thống này, phân định 5 người bán hàng rong một cách trực tiếp và sử dụng số 9 ở vị trí X_1 để phân định vật phẩm đó được sản xuất bởi người bán hàng rong khác với 5 người bán hàng rong đã xác định.

Nếu việc sử dụng hệ thống này trong thực tế xuất hiện trường hợp một vài vật phẩm thông thường do nhà bán lẻ riêng lưu kho sử dụng các sản phẩm từ hơn 5 người bán hàng rong, sẽ có thể thiết lập số mã vật phẩm 4 chữ số thập phân thứ 2 cho những vật phẩm này (ví dụ 0827 sẽ là ức gà “loại A” và 0899 sẽ là ức gà “loại B”). Điều này sẽ cho phép việc phân định cụ thể tận 10 người bán hàng rong của bất kì vật phẩm nào như vậy.

Việc tính số kiểm tra giá: trường giá 4 chữ số thập phân đã cho bao gồm con số 1546 ($X_7X_8X_9X_{10} = 1546$ sẽ thể hiện 15,46 \$), số kiểm tra giá được tính như sau:

Vị trí	Chữ số thập phân	Trọng lượng	Tính toán	Tích số đã cân (xem bước 1)
X_7	1	2 -	$1 \times 2 = 2 - 0 = \underline{2}$	2
X_8	5	2 -	$5 \times 2 = 10 - 1 = \underline{9}$	9
X_9	4	3	$4 \times 3 = \underline{12}$	2
X_{10}	6	5-	$6 \times 5 = 30 - 3 = \underline{27}$	<u>7</u>
			(Xem bước 2)	<u>20</u>
			(Xem bước 3)	x3
				<u>60</u>
			Số kiểm tra giá	0
			(Xem bước 4)	

Các quá trình (bước 1, 2, 3 và 4) trong việc xác định số kiểm tra giá được tính như sau:

Bước 1: tính tích số đã cân (về mặt thống kê) cho mỗi vị trí của số thập phân trong trường giá 4 chữ số thập phân. Mỗi vị trí trong trường giá có một hệ số chữ số (hoặc hệ số cân nặng) của giá trị riêng kết hợp với nó

- Vị trí X_7 được cân với hệ số 2-
 X_8 được cân với hệ số 2-
 X_9 được cân với hệ số 3
 X_{10} được cân với hệ số 5-

Để có được tích số đã cân của việc áp dụng hệ số cân nặng 2- cho một chữ số thập phân, đầu tiên nhân chữ số thập phân đó với 2. Tiếp theo, phần chuyển sang cột sau của phép nhân đó bị trừ khỏi tích số. Vị trí đơn vị của hiệu số đó chính là tích số đã cân, đó là:

Chữ số thập phân	Tính toán	Tích số cân 2-
0	$0 \times 2 = 0 - 0 = \underline{0}$	0
1	$1 \times 2 = 2 - 0 = \underline{2}$	2
2	$2 \times 2 = 4 - 0 = \underline{4}$	4
3	$3 \times 2 = 6 - 0 = \underline{6}$	6
4	$4 \times 2 = 8 - 0 = \underline{8}$	8
5	$5 \times 2 = 10 - 1 = \underline{9}$	9
6	$6 \times 2 = 12 - 1 = 1\underline{1}$	1
7	$7 \times 2 = 14 - 1 = 1\underline{3}$	3
8	$8 \times 2 = 16 - 1 = 1\underline{5}$	5
9	$9 \times 2 = 18 - 1 = 1\underline{7}$	7

Vị trí đơn vị của tích số của 3 lần chữ số thập phân là tích số cân nặng của việc áp dụng hệ số cân nặng 3 cho một chữ số thập phân, đó là:

Chữ số thập phân	Tính toán	Tích số cân 3
0	$0 \times 3 = \underline{0}$	0
1	$1 \times 3 = \underline{3}$	3
2	$2 \times 3 = \underline{6}$	6
3	$3 \times 3 = \underline{9}$	9
4	$4 \times 3 = 1\underline{2}$	2
5	$5 \times 3 = 1\underline{5}$	5

6	$6 \times 3 = 1\bar{8}$	8
7	$7 \times 3 = 2\bar{1}$	1
8	$8 \times 3 = 2\bar{4}$	4
9	$9 \times 3 = 2\bar{7}$	7

Để có được tích số cân nặng của việc áp dụng hệ số cân nặng 5 – cho một chữ số thập phân, đầu tiên nhân chữ số đó với 5. tiếp theo, phầ chuyển sang cột sau của phép nhân đó bị trừ khỏi tích số. Vị trí đơn vị của hiệu số đó là tích số đã cân, đó là:

Chữ số thập phân	Tính toán	Tích số cân 5 -
0	$0 \times 5 = 0 - 0 = \underline{0}$	0
1	$1 \times 5 = 5 - 0 = \underline{5}$	5
2	$2 \times 5 = \underline{10} - 1 = \underline{9}$	9
3	$3 \times 5 = \underline{15} - 1 = \underline{14}$	4
4	$4 \times 5 = \underline{20} - 2 = \underline{18}$	8
5	$5 \times 5 = \underline{25} - 2 = \underline{23}$	3
6	$6 \times 5 = \underline{30} - 3 = \underline{27}$	7
7	$7 \times 5 = \underline{35} - 3 = \underline{32}$	2
8	$8 \times 5 = \underline{40} - 4 = \underline{36}$	6
9	$9 \times 5 = \underline{45} - 4 = \underline{41}$	1

(Trong ví dụ ở trên với $X_7 = 1$, $X_8 = 5$, $X_9 = 4$ và $X_{10} = 6$, các tích số đã cân là 2, 9, 2 và 7 một cách tương ứng)

Bước 2: Tính tổng các tích số đã cân tìm được ở bước 1.

(Trong ví dụ ở trên, kết quả là 20 (2 + 9 + 2 + 7))

Bước 3: Nhân tổng tìm được ở bước 2 với 3

(Trong ví dụ ở trên, kết quả là 60 (3 x 20))

Bước 4: Số kiểm tra giá là vị trí đơn vị của tích số tìm được ở bước 3.

(Trong ví dụ ở trên, 0 là vị trí đơn vị của tích số (60) và vì vậy là số kiểm tra giá cho trường giá 4 chữ số thập phân 1546).

Đưa ra giá, cũng như số kiểm tra giá có được như một kết quả thêm vào mã vật phẩm và kí tự hệ thống số, số kiểm tra mô đun 10 cho mã vạch sau đó có thể được tính và mã hóa theo các quy định kĩ thuật đối với mã vạch UPC dạng A.

Hướng dẫn UPC # 13

Nhãn riêng

Mã gói hàng tiêu dùng UPC phải được tổ chức kiểm soát nhãn cấp, nhưng có thể được nhà sản xuất cấp trên cơ sở đồng ý lẫn nhau. Vì thế, toàn bộ mã UPC 11 chữ số có thể được tổ chức kiểm soát nhãn cấp.

Nhấn mạnh

Công ty đóng gói lại sản phẩm (người dán nhãn) thừa nhận trách nhiệm thiết lập mã số UPC.

Hướng dẫn UPC #14

Gói du lịch

Các sản phẩm được thay đổi vì lý do mùa vụ (có nghĩa là gói du lịch) phải mang một mã UPC duy nhất để tạo thuận lợi cho việc đặt hàng lại trong phạm vi tổ chức của nhà phân phối và sự luân phiên kiểm kê đúng kì.

Nhấn mạnh

Ví dụ, kẹo được gói đặc biệt cho dịp trước ngày lễ các Thánh phải mang mã UPC duy nhất, nếu không giấy gói có thể ngay lập tức bị bỏ ra và hàng được bán như hàng dự trữ thông thường.

Hướng dẫn UPC #17

Việc mã hóa nhanh

Hướng dẫn này được trù tính để trợ giúp nhà sản xuất khi họ bắt đầu làm cho mã hiện thời của họ phù hợp với UPC.

Nếu nhà sản xuất không yêu cầu 5 chữ số thập phân để phân định tất cả các sản phẩm của mình, các số 0 bổ sung phải được đặt vào trước mã hiện thời để tạo thành trường 5 chữ số thập phân. Ví dụ, một vật phẩm hiện thời được mã 1021, nó phải được chỉ ra là 01021 chứ không phải là 10210. Những số 0 ở vị trí đầu như vậy có thể được bỏ đi bởi các hoạt động keypunch của trung tâm phân phối và các chức năng kiểm tra đầu vào bằng tay.

Tuy nhiên về lâu dài hơn, có thể hình dung rằng nhà sản xuất có thể muốn mã hóa nhanh các vật phẩm có dung lượng cao của họ. Việc mã hóa nhanh ngụ ý rằng vật phẩm có dung lượng lớn nhất sẽ nhận được mã số 00001. Nhà sản xuất phải cân nhắc cẩn thận sự ngụ ý này của UPC trước khi hệ thống được sử dụng rộng rãi, bởi vì các thay đổi tiếp theo có thể là rất khó khăn và tốn kém cho nhà phân phối khi thực hiện.

Hướng dẫn UPC #18

Mã thuốc quốc gia/ mã vật phẩm có liên quan đến sức khỏe quốc gia

Mã thuốc quốc gia (NDC) và mã vật phẩm có liên quan đến sức khỏe quốc gia (HRI) là mã có 10 chữ số thập phân và được Ban quản trị thực phẩm và thuốc (FDA) quản lý. Các dạng hiện thời được cho phép đối với các hệ thống mã số này là như sau:

NDC		HRI	
OXXX-XXXX-XX	(4-4-2)	8XXX-XXXXXX	(4-6)
*XXXXX-XXXX-X	(5-4-1)	9XXXX-XXXXX	(5-5)
*XXXXX-XXX-XX	(5-3-2)		

* Chữ số đầu tiên của mã nhà dán nhãn sẽ là các chữ số thập phân từ 1-7.

4 hoặc 5 chữ số thập phân đầu tiên của các hệ thống số này là các số được FDA cấp để phân định nhà sản xuất. Thuật ngữ *Mã nhà dán nhãn*, thuật ngữ đồng nghĩa với số phân định nhà sản xuất trong UPC, là tên chính thức cho phần này của mã. Những hướng dẫn này là dành cho hướng dẫn của nhà sản xuất đã được FDA cấp Mã nhà dán nhãn.

5 hoặc 6 chữ số thập phân cuối cùng của các hệ thống số này là các số được nhà sản xuất cấp và quản lý để phân định sự định dạng của sản phẩm / bao gói của họ. *Mã sản phẩm / bao gói* này tương tự với mã vật phẩm trong UPC.

Nhà sản xuất và nhà phân phối được yêu cầu đăng ký và liệt kê các sản phẩm với FDA phải, đối với thuốc và các sản phẩm liên quan đến sức khỏe đó, sử dụng một trong các dạng số quy định ở trên. Các công ty đã được cấp Mã nhà dán nhãn NDC 4 chữ số phải sử dụng cấu hình 4-4-2 cho sản phẩm thuốc của họ; các công ty đã được cấp Mã nhà dán nhãn NDC 5 chữ số có thể chọn sử dụng hoặc là cấu hình 5-4-1 hoặc là 5-3-2 cho sản phẩm thuốc của họ.

Phần sản phẩm / bao gói của mã vật phẩm có liên quan đến sức khỏe quốc gia là một mã không có kết cấu gồm 5 hoặc 6 chữ số thập phân phân định cả kích cỡ và chủng loại sản phẩm và bao gói.

Phải lưu ý rằng FDA có thể, theo yêu cầu, cấp một mã số phân định nhà sản xuất UPC như là Mã nhà dán nhãn FDA của mình. Các công ty muốn theo đuổi khả năng này phải liên lạc với FDA.

Việc sử dụng mã thuốc quốc gia và mã vật phẩm có liên quan đến sức khỏe so sánh với UPC.

Mã vạch:

Các dạng mã vạch NDC/ UPC thông thường được nêu rõ trong cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch của UPC.

Các dạng mã vạch HRI thông thường được nêu trong cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch của UPC.

Việc sử dụng các chữ cái “N” hoặc “H” như được nêu rõ trong các bản vẽ kĩ thuật của cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch UPC là tự nguyện áp dụng tùy theo ý của từng nhà sản xuất / phân phối riêng.

Các dạng mã NDC/HRI về các sản phẩm không liên quan đến thuốc hay sức khỏe:

Nhà sản xuất hoặc nhà phân phối đã được FDA cấp Mã nhà dán nhãn có thể phân định các sản phẩm không liên quan đến thuốc hay sức khỏe của mình theo mã vạch bằng cách sử dụng các dạng mã vạch giống hệt như trên, ngoại trừ tiếp tố mà người có thể đọc được “N” và “H” phải bị loại khỏi các mã vạch như vậy.

Khi nhà sản xuất / phân phối đã được FDA và UCC, Inc. cấp cùng Mã nhà dán nhãn/ Số phân định nhà sản xuất một cách tương ứng, theo cả kí tự hệ thống số 0 và 3, họ có thể sử dụng kí tự hệ thống số 3 theo mã vạch cho tất cả các sản phẩm như đã quy định ở trên, hoặc họ có thể sử dụng kí tự hệ thống số 0 theo mã vạch cho các sản phẩm không phải là thuốc hay không liên quan đến sức khỏe. Tuy nhiên, nếu họ đã được cấp cùng mã nhà dán nhãn/ số phân định nhà sản xuất chỉ theo kí tự hệ thống số 3, thì cả các vật phẩm đã đăng kí FDA và các vật phẩm không phải là thuốc và không liên quan đến sức khỏe đều phải sử dụng kí tự hệ thống số 3.

Tuy nhiên phải lưu ý rằng chỉ có dạng 5-5 mới có thể được dùng theo hệ thống số “0”. Hơn thế nữa, sự triệt số 0 chỉ sẵn có theo hệ thống số “0”.

Hướng dẫn sử dụng thuộc về quản trị

Sự chỉ đạo đặc thù hướng dẫn việc sử dụng các phần bao gói sản phẩm của mã NDC/ HRI được FDA phát ra theo các quy tắc tuân theo tự nguyện. Trong phạm vi hệ thống UPC, việc áp dụng các dạng mã NDC/ HRI của nhà sản xuất / phân phối được hướng dẫn bởi các hướng dẫn và quy định kỹ thuật của UPC trong cuốn sổ tay này và các cuốn sổ tay UPC khác. Ví dụ, mã vật phẩm (đồng nghĩa với mã bao gói sản phẩm NDC/ HRI) phải là duy nhất đối với mỗi bao gói tiêu dùng và/ hoặc công-ten-nơ vận chuyển không đề cập đến hệ thống số.

Các hướng dẫn có khả năng áp dụng đối với Mã nhà dán nhãn và số phân định nhà sản xuất giống nhau do FDA và UCC., Inc. phát hành để phân định những người sử dụng khác nhau.

Vì số phân định nhà sản xuất và Mã nhà dán nhãn giống nhau đối với các nhà sản xuất / phân phối khác nhau do UCC., Inc và FDA phát hành, một phương pháp phân định duy nhất được đưa ra. Các kí tự của hệ thống số được mã hóa thành mã vạch và ở dạng người đọc được đưa ra sự phân biệt này. Ngoài ra, các nhà bán lẻ và bán buôn cũng phải có khả năng phân biệt sự khác nhau này. Vì thế, các kí tự của hệ thống số được dùng cho mục đích này trong các tài liệu quản trị và trên công-ten-nơ vận chuyển.

Hướng dẫn UPC # 20

Áp dụng mã vạch UPC trong kho

Khi mã vạch được áp dụng cho hàng hóa tại nguồn khác nhà sản xuất (ví dụ tại cửa hàng bán buôn hoặc cấp nhà kho), phải thực hiện cẩn thận để tránh việc che mất sự dán nhãn bắt buộc.

Hướng dẫn UPC # 21

Tạp chí định kì, sách bìa giấy, thiệp mừng

Tạp chí định kì, sách bìa giấy, thiệp mừng được phân phối thông qua các cửa hàng sử dụng UPC. Sự phân định những vật phẩm này làm nảy sinh vấn đề vì một số lượng lớn các vật phẩm riêng lẻ có thể được phân định đơn nhất trong trường dữ liệu (ví dụ 52 ấn phẩm tạp chí hàng tuần đặc thù, hoặc 4000 đến 5000 tiêu đề sách bìa giấy). Hướng dẫn này, vì thế, đưa ra vài gợi ý về sự phân định những vật phẩm này với mục tiêu trợ giúp việc gán mã vạch nguồn.

Tạp chí định kì (bao gồm tạp chí, báo truyện tranh, báo khổ nhỏ nhiều tranh ảnh)

Số phân định nhà sản xuất 5 chữ số thập phân có thể là số đã cấp cho nhà xuất bản, hoặc nếu nhà xuất bản tạp chí định kì liên quan chọn như vậy, có thể ngoại lệ là số phân định nhà sản xuất đã cấp cho nhà phân phối tạp chí định kì liên quan. Gợi ý rằng mã vật phẩm 5 chữ số thập phân phân định tiêu đề của tạp chí định kì, nhưng không phân biệt tuần hoặc tháng phát hành.

Sách bìa giấy (bao gồm sách của trẻ em)

Số phân định nhà sản xuất 5 chữ số thập phân có thể là số đã cấp cho nhà xuất bản, hoặc nếu nhà xuất bản tạp chí định kì liên quan chọn như vậy, có thể ngoại lệ là số phân định nhà sản xuất đã cấp cho nhà phân phối sách bìa giấy liên quan. Gợi ý rằng mã vật phẩm 5 chữ số thập phân phí bên phải chỉ ra danh mục giá bán lẻ đề nghị của sách bìa giấy chứ không phải là tiêu đề riêng. Vì vậy, tất cả sách với giá bán lẻ đề nghị đã in trước 75c có thể được thể hiện bằng một mã vật phẩm 00075, hoặc \$1.25 bằng 00125. Hãy lưu ý rằng mã vật phẩm có thể là một vài số 5 chữ số thập phân khác phong phú đến chừng nào mà nó vẫn duy trì được tính không đổi đối với các danh mục giá đề nghị giống nhau. Hơn thế nữa, tất nhiên mỗi nhà bán lẻ đều có quyền đánh giá khác nhau từ giá bán lẻ đề nghị đối với mỗi danh mục. Trong phạm vi một danh mục, sự đa dạng về giá bởi nhà bán lẻ có thể được làm chọn vẹn nhờ đầu vào cơ bản tại vị trí kiểm tra.

Thiệp mừng (bao gồm thẻ Ghi-sê (ngân hàng), thẻ đã đóng gói, thẻ mùa vụ)

Số phân định nhà sản xuất 5 chữ số thập phân có thể là số đã cấp cho nhà sản xuất liên quan. Theo cùng phương pháp như đã gợi ý ở trên cho sách bìa giấy, mã vật phẩm 5 chữ số thập phân phía bên phải có thể chỉ ra danh mục giá bán lẻ đề nghị của thẻ. Các vị trí của kí tự trong mã vật phẩm không yêu cầu phải phân định giá đề nghị có thể dùng để phân định loại thẻ (hãy ghi nhớ rằng phương pháp đề nghị trong hướng dẫn này nhằm mục đích kiểm soát số lượng nhập trường dữ liệu cần đến trong cửa hàng bán lẻ).

Hướng dẫn UPC #23

Mã được cấp ở địa phương

Bổ sung vào dạng UPC trong hệ thống số “2” (xem hướng dẫn UPC #11) và mã bỏ qua số không trong hệ thống số “0” (xem gợi ý thực tế của người phân phối #8), các nhà bán lẻ có khả năng sử dụng mã được cấp ở địa phương (LAC) của mình. Trong việc sử dụng LAC, việc mã hóa và dán mã vạch chủ định được thực hiện trong cửa hàng và vật phẩm có mã như vậy sẽ không được bán ở cửa hàng khác. Sự giới hạn này phát sinh

vì các vật phẩm gán mã số LAC trong cửa hàng này có thể mang cùng số phân định như các vật phẩm khác được gán mã tương ứng với LAC trong cửa hàng khác.

LAC sử dụng hệ thống số “0” và đưa ra 35000 mã số để sử dụng trong cửa hàng. LAC sử dụng các số phân định nhà sản xuất từ 01000 đến 07999 và các mã số vật phẩm từ 00005 đến 00009. Bất kì số nào trong các mã số vật phẩm này có thể được dùng với bất kì số phân định nhà sản xuất nào trong danh mục nêu trên để hình thành mã số 6 chữ số thập phân trong dạng triết số không của mã vạch UPC. Sau đó, sự kết hợp của bất kì mã số nào trong 5 mã số vật phẩm này với bất kì mã số nào trong 7000 mã số phân định nhà sản xuất sẽ đưa ra 35000 mã số sẵn có trong LAC.

Chú thích: Mặc dù phương pháp mã hóa mã số LAC khác với phương pháp dùng để tạo nên nguồn được gán mã vạch loại E như quy định trong cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch UPC (phần 2.3), không chủ định thay đổi phương pháp đó theo bất kì hướng nào. Đúng hơn là nó được thiết kế đơn nhất để đơn giản hóa các yêu cầu của việc nhập dữ liệu của máy in/ máy gán mã vạch UPC cầm tay và vì thế cung cấp mã vạch cho nhà bán lẻ loại có thể được làm một cách dễ dàng với thiết bị cầm tay ở cấp cửa hàng.

LAC loại A				LAC loại E
Kí tự của hệ thống số	Mã số phân định nhà sản xuất	Mã số vật phẩm	Số kiểm tra	
0	0 X ₂ X ₃ X ₄ X ₅	0 0 0 0 X ₁₀	C	0 X ₂ X ₃ X ₄ X ₅ X ₁₀

- X₂ giới hạn cho các số từ 1 đến 7
- X₃ và X₄ có thể phân loại từ 0 đến 9
- X₅ có thể phân loại từ 0 đến 9 và được dùng để có được kí tự số kiểm tra đặc thù khi mẫu tương tự cố định được dùng
- X₁₀ giới hạn cho các số từ 5 đến 9
- Việc tính số kiểm tra mô đun giống với cách tính đã nêu chi tiết trong cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch của UPC (phần 2.1.2)
- Kí tự kiểm tra mô đun và kí tự hệ thống số kết hợp với nhau và được dùng để xác định mẫu tương tự cho 6 chữ số thập phân của mã loại E (xem chương về mẫu tương tự dạng triết số 0, cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch UPC, phần 2.3).

Ví dụ:

Mã LAC loại A đã cho là 0 0 1 2 3 X₅ 0 0 0 5 7

0 0 X₂X₃X₄X₅ 0 0 0 0 X₁₀ C

Trong đó X₂ = 1, X₃ = 2, X₄ = 3, X₁₀ = 5 và số kiểm tra C = 7, giá trị X₅ được xác định như sau:

Bước 1: Cộng các giá trị X₂, X₄ và X₁₀

$$(X_2 + X_4 + X_{10} = 1 + 3 + 5 = 9)$$

Bước 2: Nhân tổng tìm được ở bước 1 với 3

$$(3 \times 9 = 27)$$

Bước 3: Cộng các giá trị X₃ và C

$$(X_3 + C = 2 + 7 = 9)$$

Bước 4: Cộng tích tìm được ở bước 2 với tổng tìm được ở bước 3

$$(27 + 9 = 36)$$

Bước 5: X₅ là số nhỏ nhất khi cộng với tổng tìm được ở bước 4 sẽ cho bội số của 10 (vì 36 + 4 = 40, đây là bội số của 10, X₅ = 4)

Mã LAC loại A 0 01234 00005 7 sau đó sẽ sinh ra mã LAC loại E 012345 mã này sẽ sử dụng mẫu tương tự cùng với số kiểm tra mô đun 7 trong hệ thống số "0".

Đối với mã số phân định sản phẩm do nguồn gán mã của nhà sản xuất tạo nên, một gói hàng với mã vạch UPC không thể cấp trùng mã số LAC, cung cấp cho nhà sản xuất đã phân định nó một mã số mã vạch có giá trị phù hợp với các điều khoản của cuốn sổ tay hướng dẫn UPC. Điều này là bởi vì không nhà sản xuất nào được cấp hoặc sẽ được cấp mã số phân định nhà sản xuất trong khối từ 01000 đến 07999 thuộc hệ số "0".

Có một vài mã của nhà dán mã loại 4 chữ số thập phân do FDA phát hành theo quy tắc cho mã thuốc quốc gia xuất hiện trong nhóm mã số phân định nhà sản xuất dưới 01000. Để tránh cấp trùng với những mã số trên khi chúng được dùng trong hệ thống số "0", khối số cấp cho LAC sẽ bắt đầu từ 01000. Vì lý do tương tự, khối số phân định nhà sản xuất dùng cho LAC sẽ kết thúc từ 07999 vì đã có mã nhà dán nhãn các vật phẩm liên quan đến sức khỏe quốc gia do FDA phát hành bắt đầu bằng chữ số thập phân "8".

Hướng dẫn UPC # 24

Mã khử số không của nhà bán lẻ cho nguồn gán nhãn riêng

Công nghệ mã khử số không của nhà bán lẻ (RZSC) đã được thiết lập để cung cấp cho nhà bán lẻ khả năng khử số không mở rộng cho nguồn gán nhãn riêng. RZSC cung cấp cho nhà bán lẻ sức chứa mã vạch và mã bổ sung ngoài cái đã được cung cấp cho họ trong chương trình của UPC.

Trong phần lớn các trường hợp, nhà bán lẻ đã được cấp mã số phân định nhà sản xuất UPC mã số này chỉ cho phép họ 5 mã vạch loại E (khử số 0). Vì nhiều nhà bán lẻ có các sản phẩm nhãn riêng mà con số lên đến hàng trăm, khả năng đưa ra mã vạch dạng khử số không sử dụng RZSC sẽ là hữu dụng nhất trong việc áp dụng hơn nữa mã vạch UPC.

Với RZSC, mỗi tổ chức bán lẻ có một phần bổ sung là 4500 mã phân định sản phẩm trong hệ thống số "0" cho việc sử dụng của riêng mình. Đặc biệt là RZSC dùng các mã số phân định nhà sản xuất UPC 01000, 02000, 03000, 04000 và 05000 kết hợp với các mã số vật phẩm ở dạng $00X_8X_9X_{10}$. X_8 có thể có các giá trị phân loại chỉ từ 1 đến 9. X_9 và X_{10} có thể có bất kì giá trị nào từ 0 đến 9. Những điều kiện này đối với X_8 , X_9 và X_{10} sẽ chính bất kì xung đột nào với LAC (xem hướng dẫn UPC #23). Vì thế, đối với mỗi số phân định nhà sản xuất đã cho phép ở trên, có 900 mã số phân định sản phẩm UPC sẵn có cho mục đích nguồn gán mã.

Các mã số RZSC là những số có thể được sử dụng để tạo nên loại triệt số không của mã vạch UPC (loại E) cho mục đích nguồn gán mã. Quy tắc tạo nên mã vạch loại E như được quy định trong phần 2.3 của cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch UPC. Phải lưu ý rằng trong RZSC loại E 6 chữ số thập phân, chữ số cuối cùng luôn luôn là một số "0", trong khi đó chữ số cuối cùng trong LAC loại E 6 chữ số thập phân luôn là một số "5", "6", "7", "8" hoặc "9".

	RZSC loại A			RZSC loại E
Kí tự của hệ thống số	Mã số phân định nhà sản xuất	Mã số vật phẩm	Số kiểm tra	
0	$0 X_2 0 0 0$	$0 0 X_8 X_9 X_{10}$	C	$0 X_2 X_8 X_9 X_{10} 0$

- X_2 giới hạn trong phạm vi các số từ 1 đến 5
- X_8 giới hạn trong phạm vi các số từ 1 đến 9
- X_9, X_{10} có thể phân từ 0 đến 9

- d) Việc tính toán kí tự kiểm tra mô đun giống như đã nêu chi tiết trong cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch UPC (phần 2.1.2)
- e) Kí tự kiểm tra mô đun được dùng để xác định mẫu tương tự của 6 chữ số thập phân của mã loại E (xem biểu đồ mẫu tương tự loại triệt số không, cuốn sổ tay quy định kĩ thuật về mã vạch UPC, phần 2.3).

Nhấn mạnh

RZSC không sẵn có để nhà sản xuất nhãn quốc gia dùng vì những vấn đề trước đây về việc cấp trùng mã số phân định sản phẩm UPC sẽ phát sinh.

Phải chú ý rằng RZSC đã được triển khai để cung cấp cho nhà bán lẻ khả năng triệt số 0 bổ sung cho mục đích nguồn gán nhãn riêng, trong khi đó LAC được thiết kế để cung cấp cho nhà bán lẻ hệ thống đánh mã và gán mã vạch cho việc thực hiện trong cửa hàng để điều chỉnh cho phù hợp với máy in/ máy quét mã vạch UPC cầm tay.

Nhà phân phối hàng hóa có nhãn riêng với đặc điểm chung gửi hàng hóa như vậy đến nhiều tổ chức bán lẻ không được dùng RZSC vì có thể xảy ra sự cấp trùng số với các vật phẩm có nhãn riêng khác cũng dùng RZSC.

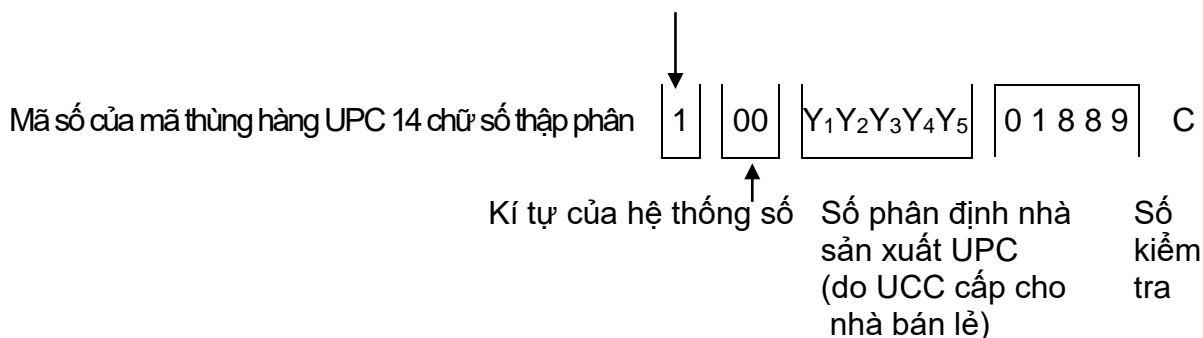
Hướng dẫn cho việc gán mã thùng hàng UPC: nhà bán lẻ dùng RZSC phải sử dụng số phân định nhà sản xuất UPC duy nhất của riêng họ do UCC cấp (thay cho số phân định nhà sản xuất RZSC dự trữ 01000, 02000, 03000, 04000 hoặc 05000) với một mã số vật phẩm 5 chữ số thập phân phù hợp để tạo nên mã số của mã thùng hàng UPC cho công-ten-nơ vận chuyển mặc dù hàng bên trong những công-ten-nơ này đều có một RZSC trên bao gói tiêu dùng. Điều này là cần thiết để tránh việc gửi hàng trộn lẫn (hiện tại và tương lai) trong chu kì phân phối đến nơi nhận hàng như vậy của nhà bán lẻ trong tình huống bao gói của nhà cung cấp có nhãn riêng dành cho nhiều hơn một khách hàng mua lẻ.

Có nhiều cách để có thể tạo nên mã số của mã thùng hàng. Một cách là dùng một phần RZSC trên bao gói tiêu dùng như sau:

RZSC loại E có 6 chữ số thập phân

0 1 8 8 9 0

Số chỉ việc đóng gói



Hướng dẫn UPC # 25

Sản phẩm mẫu hoặc thử nghiệm

Bất kì sản phẩm mẫu hoặc thử nghiệm nào cũng phải được cấp một Mã gói hàng tiêu dùng UPC duy nhất nếu có bất kì cơ hội nào thì nó sẽ được bán thông qua cửa hàng bán lẻ. Chỉ có những sản phẩm được dự định để phân phối trực tiếp cho khách hàng mà không có dự kiến bán qua cửa hàng mới không cần mã hóa.

Hướng dẫn UPC #26

Hàng hóa được định giá trước

Những ấn bản trước đây về cuốn sổ tay hướng dẫn UPC đã công bố rằng thực tế của việc định giá trước phải bị loại bỏ khi bắt đầu gán mã vạch UPC. Hiện tại nguồn gán mã vạch UPC đã là một thực tế tiêu chuẩn trong nhiều năm (ấn bản năm 1994 về cuốn sổ tay này), nhưng việc định giá trước vẫn tồn tại trong một vài danh mục sản phẩm, đáng kể là thức ăn nhẹ, vật phẩm thuộc bánh mì, bia, tạp chí. Việc định giá trước không được khuyến khích trong thực tế thương mại vì nó gây ra sự phức tạp cho việc duy trì tệp dữ liệu về giá UPC của vật phẩm và thùng hàng xuyên suốt dây truyền phân phối.

Thừa nhận việc định giá trước vẫn còn là một vấn đề, hướng dẫn tự nguyện dưới đây hiện tại đang có hiệu lực:

Đối với các vật phẩm thường được bán như là hàng hóa đã định giá trước, mã gói hàng tiêu dùng UPC và mã thùng hàng UPC không được thay đổi khi việc bán lẻ định giá trước thay đổi.

Nhấn mạnh:

Các quy định không phải là tự nguyện của liên bang, bang hay địa phương có quyền ưu tiên trước hướng dẫn tự nguyện này. Nhà sản xuất phải liên lạc với nhà phân phối của mình để xác định xem những hướng dẫn này có áp dụng không. Ví dụ, việc áp

dụng tất nhiên các tiêu chuẩn về trọng lượng và đo lường đối với việc duy trì tệp dữ liệu về vật phẩm/ giá được Viện tiêu chuẩn và công nghệ quốc gia giám sát. Độ không chính xác của tệp dữ liệu về vật phẩm/ giá có thể ngụ ý các khoản tiền phạt đáng kể ở cấp liên bang hay bang.

(Đối với các vật phẩm thường không bị định giá trước, nhưng theo từng giai đoạn lại mang một giá đặc biệt không kết hợp vào trong nhãn, xem hướng dẫn #10, nhấn mạnh A.)

Hướng dẫn UPC #27

Các sản phẩm định dạng lại hoặc đóng gói lại

Việc đóng gói lại các sản phẩm mà không thay đổi về trọng lượng, số lượng hoặc cách trình bày không yêu cầu một mã gói hàng tiêu dùng UPC mới. Tuy nhiên, khi xuất hiện biến đổi về trọng lượng hoặc số lượng, phải cấp một mã gói hàng tiêu dùng UPC mới.

Những thay đổi nhỏ về cách trình bày sẽ thay thế sản phẩm hiện có và không liên quan đến thay đổi về MSDS không yêu cầu thay đổi mã số UPC. Tuy nhiên, nếu khách hàng muốn phân biệt sản phẩm mới từ sản phẩm cũ và đặt hàng một cách tương ứng, phải cấp một mã số UPC mới cho sản phẩm mới đó. Đối với một số ngành công nghiệp như bảo vệ sức khỏe, các quy định hoặc yêu cầu khác chỉ ra rằng bất kì thay đổi nào cũng yêu cầu một mã số vật phẩm UPC mới (xem phần nhấn mạnh dưới đây).

Nếu MSDS của sản phẩm mà thay đổi do thay đổi về nguyên vật liệu không đơn thuần đối với các lý do về chế định, một mã số UPC mới sẽ được cấp cho sản phẩm đó.

Những thay đổi nhỏ về cách đóng gói hoặc tạo hình sẽ thay thế sản phẩm hiện có không yêu cầu sự thay đổi mã số UPC. Khi có nghi ngờ về bất kì điều gì ở trên, hãy kiểm tra với UCC.

Nhấn mạnh

Nhà sản xuất đã được cấp cùng một mã nhà dán nhãn FDA và mã số phân định nhà sản xuất UPC phải tuân theo hướng dẫn #18.

Những gợi ý hữu ích

Lời giới thiệu

Những phần dưới đây nêu ra một vài gợi ý hữu ích cho nhà sản xuất và phân phối khi họ lên kế hoạch thực hiện UPC.

Những phần này sẽ được sửa đổi để phản ánh những ý tưởng mới khi chúng xuất hiện. Hy vọng là các công ty thành viên sẽ chia sẻ những ý kiến của mình để ngành công nghiệp liên quan có thể tiến tới thực hiện đầy đủ UPC một cách có hiệu quả. Hơn nữa, những ý kiến thu được từ dịch vụ điều tra của UCC sẽ được kết hợp trong các lần soát xét những phần này.

Những gợi ý của nhà phân phối

1. Phần lớn các công ty bán lẻ sẽ muốn quyết định rất sớm việc xử lý chung các mã vật phẩm hiện có của mình với UPC. Hiện có rất nhiều sự lựa chọn. Mã UPC mới có thể được dùng đầy đủ theo khả năng sẵn có tại cấp cửa hàng và tại nơi giao diện với nhà cung cấp. Hoặc một công ty có thể xây dựng một tệp dữ liệu các mã số cho mỗi sản phẩm ngắn hạn khi chúng trở nên sẵn có.
2. Các công ty bán lẻ phải cân nhắc việc điều chỉnh thế nào cho phù hợp danh mục các mã UPC cho mỗi vật phẩm được mang mã. Người mua có thể chọn thông tin này. Tuy nhiên việc thiết lập tệp dữ liệu có thể được làm tốt hơn giữa các phòng máy tính của nhà bán lẻ và nhà sản xuất. Một vài dạng đơn giản có thể là thích hợp với mỗi người bán hàng để điền đầy đủ cho mỗi sản phẩm.
3. Việc xem xét lại các dạng đơn mua hàng là cần thiết vì số lượng cung cấp cho UPC sẽ là cần thiết. Mỗi công ty sẽ phải thiết kế lại các dạng đơn riêng của mình. Việc lập kế hoạch thu hồi dần những dạng đơn cũ có thể làm giảm chi phí ở khu vực này.
4. Những chỉ dẫn mới có thể là cần thiết đối với các chủ kho hàng, các nhân viên điều hành và các nhân viên cấp nhà kho để lấy những ưu điểm của việc có mã UPC trên các công-ten-nơ vận chuyển.
5. Chú ý rằng NDC và HRI thậm chí cũng là mã có 11 chữ số thập phân, nhưng mã mà một vài trong số đó sẽ có cấu trúc bên trong khác nhau. Việc thiết kế tệp dữ liệu sẽ bị ảnh hưởng vì điều đó. Hơn thế nữa, con người phải được đào tạo để đọc những mã này và phân biệt giữa chúng với nhau.
6. UPC sẽ không hoàn toàn đầy đủ cho các hệ thống có khả năng thanh toán tài khoản – các trường bổ sung sẽ được cần đến để thiết kế các cấu trúc thanh toán đặc biệt để chia tách các nhà đóng chai tự do (xem hướng dẫn UPC #9) và các nhà sản xuất nhãn riêng một cách thông thường.
7. Cần phải xem xét liệu các hệ thống đặt hàng lại phải dùng mã vật phẩm hiện có hay UPC.

8. Cụm từ “mã bỏ số không” là mã có 10 chữ số thập phân *chỉ dành cho việc sử dụng ở địa phương*. Vì NDC có thể bắt đầu bằng số không và không có công ty thuốc nào đã được cấp mã số nhà sản xuất là 0000, việc sử dụng 0000 làm bốn chữ số đầu của mã sẽ bỏ qua tất cả các mã khác và cung cấp cho mỗi công ty 999,999 số cho việc sử dụng ở địa phương của mình.

Các vật phẩm có tốc độ tiêu thụ cao, hoặc việc ghi giá, có thể phù hợp với mã này; ví dụ, mã 5 có thể tương ứng với 5c và mã 948 có thể tương ứng với 9.48\$ hoặc sữa có thể được mã là 0000000001 mà không cần làm mất đi các số 0.

Cách tiếp cận “bỏ qua số không” cũng có thể được dùng cho các sản phẩm mang nhãn riêng. Tất nhiên, phần bỏ qua số không của mã sẽ đưa ra mã có tốc độ tiêu thụ cao tối thiểu vì việc cấp mã số có một chữ số thập phân là có thể (ví dụ 0000000001). Tuy nhiên các nhà phân phối được khuyến khích nên sử dụng cách lược bỏ số không *chỉ đối với việc sử dụng ở địa phương*. Đối với các nhãn riêng của nhà phân phối, hãy xem hướng dẫn UPC#13.

Các hoạt động hợp tác và tự nguyện của nhà kho phải hết sức thận trọng khi sử dụng cách lược bỏ số 0 đối với các nhãn riêng, vì một vài tổ chức bán lẻ trong phạm vi nhóm của họ có thể muốn dùng mã địa phương vì mục đích khác.

9. Các thủ tục phải được triển khai để xử lý mã UPC dành cho các bao gói quảng cáo, các sản phẩm mới và những thay đổi khác thường đi cùng với kênh phân phối này.

10. Một vài việc lập kế hoạch nên tính đến cả hỗn hợp các biến thể của gói thùng hàng gửi đến từng cửa hàng riêng. Việc lắp đặt các hệ thống quét sẽ cần đến các chương trình chuyển mã gói hàng tiêu dùng UPC thành mã thùng hàng UPC trong giai đoạn này khi tồn tại các biến thể của gói thùng hàng. (Hãy xem mã công-ten-nơ vận chuyển theo sê-ri và cuốn sổ tay về quy định kĩ thuật của mã vạch).

11. Phải thỏa thuận với nhà phân phối các sản phẩm có nhiều bao gói về mức độ cấp mã số sẽ cần đến. Ví dụ, ống bốn bóng đèn? ống hai bóng? bóng đơn? (hãy xem hướng dẫn UPC #17).

12. Sẽ cần các thủ tục thiết để phân biệt số phân định nhà phân phối đã do một vài nhà bán lẻ phát hành với phần phân định nhà sản xuất của UPC.

13. Các thủ tục mới có thể là cần thiết trong phòng có khả năng thanh toán tài khoản, đặc biệt là trong giai đoạn chuyển tiếp, để xử lý việc kiểm tra các tài liệu gửi hàng và các bản báo giá.

14. Các danh mục sản phẩm được coi là chính thức do người mua sử dụng phải được xem xét lại cho việc hợp nhất có thể được của UPC.
15. Các sản phẩm có khối lượng thay đổi (như gia cầm, pho mát) được xử lý theo như hướng dẫn UPC #11. Quy định kĩ thuật về mã công-ten-nơ vận chuyển và mã vạch trình bày khái quát các yêu cầu đối với việc gán mã vạch trên công-ten-nơ vận chuyển có khối lượng thay đổi và có khối lượng không đổi.
16. Phải xây dựng các quá trình sửa sai sót. Đầu tiên phải xác định nguồn sai sót (ví dụ người mua viết số sai) sau đó các quá trình sửa sai sót trong cả tổ chức của nhà phân phối.
17. Cũng phải xây dựng các quá trình xử lý những thay đổi của UPC từ nhà sản xuất .
18. Phải thỏa thuận với những nhà phân phối thường không đưa ra báo giá vật phẩm hoặc thông tin về việc gửi hàng, vì quá trình đó sẽ có xu hướng kiềm chế các biện pháp tự động.
19. Các công ty bán lẻ phải được chuẩn bị để xử lý nhiều báo giá cho mỗi đơn đặt hàng và ngược lại, một báo giá đơn cho vài đơn đặt hàng, vì mẫu được in ra là giống nhau. Có vẻ như là một hỗn hợp các cách tiếp cận sẽ được dùng cho các sản phẩm có nhãn riêng.
20. Đối với các loại hàng có nhãn riêng của mình, các công ty bán lẻ phải tiến hành nhiều bước đại cương cho nhà sản xuất theo phần dưới đây.
21. Nhà phân phối phải được chuẩn bị đối với tính phức tạp của việc xử lý hàng hóa trên tàu có nhãn của nhà đóng gói (hàng hóa trên tàu được kết hợp giữa các sản phẩm có nhãn riêng không có tính cạnh tranh và có nhãn nơi sản xuất), vì sự kiểm soát chặt chẽ những hàng đã được đưa lên tàu không phải là phần thực tiễn hiện tại.
22. Các nhà sản xuất nước ngoài có đủ tư cách đối với tư cách thành viên của Hội đồng và đối với việc phát hành số phân định nhà sản xuất UPC. Nhà nhập khẩu có thể làm đơn xin tư cách thành viên của Hội đồng thay mặt cho nhà sản xuất nước ngoài của mình, hoặc làm đơn xin cho các sản phẩm mà họ đóng gói lại hoặc dán nhãn.
23. Nhà phân phối hợp tác và tự nguyện sẽ cần phải triển khai một phương pháp trao đổi dữ liệu UPC với nhà bán lẻ độc lập. Điều này sẽ ảnh hưởng đến các hệ thống tính toán và các hoạt động của dây truyền bán lẻ.

24. Nhà bán lẻ tạp hóa có thể đánh giá được phần chi phí so với phần tiết kiệm được của các dạng máy tính tiền nơi kiểm soát tự động khác nhau bằng việc sử dụng cuốn sổ tay đánh giá thiết bị do J. Arthur Andersen soạn thảo cho viện thị trường thực phẩm (FMI).

Những gợi ý của nhà sản xuất

1. Bước đầu tiên là xác định xem có bao nhiêu mã thùng sẽ chịu ảnh hưởng của mã vật phẩm 5 chữ số thập phân, mã vật phẩm hoàn toàn dạng số. Dấu sao cũng có nhiều công ty đã lập kế hoạch chuyển sang mã không miêu tả và điều này có thể là một khuyến khích phù hợp.
2. Nếu các khu vực riêng có các mã không tương hợp - có nghĩa là cùng một mã số có thể hiện có cho hai sản phẩm khác nhau ở các khu vực khác nhau – sẽ cần phải quyết định việc bây giờ lập mã tương hợp hoặc tìm kiếm nhiều mã số phân định nhà sản xuất UPC. Nhà sản xuất sẽ có thể duy trì quyết định đó trong thời gian dài, vì những thay đổi trong tương lai sẽ ảnh hưởng nhiều nhà phân phối về phương thức chính giống như mã UPC sẽ được sử dụng rộng rãi hơn. Có nhiều bất lợi khi sử dụng nhiều mã số phân định nhà sản xuất theo quan điểm của nhà bán lẻ và trong việc xử lý giấy báo giá trong điều kiện thuận lợi của nhà sản xuất. Trong bất kì trường hợp nào, điều quan trọng là phải ra quyết định một cách kịp thời.
3. Nhà sản xuất sẽ cần thu xếp đối với việc kiểm soát mã số UPC trên sản phẩm do nhà sản xuất khác đóng gói theo hợp đồng cho nhà sản xuất đó.
4. Các hệ thống kiểm soát sẽ là cần thiết căn cứ vào các sản phẩm có nhãn riêng. UPC sẽ được kiểm soát bởi công ty kiểm soát nhãn. Vì thế, nhà sản xuất có thể cần một mã nội bộ đối với việc kiểm soát sản xuất trước việc dán nhãn.
5. Những thay đổi của công việc thư lại sẽ là cần thiết để đưa mã UPC vào sử dụng; Một vài việc lập kế hoạch trước là cần thiết. Sẽ cần các mẫu in sẵn có chỉ ra mã số phân định nhà sản xuất UPC. Tương tự như vậy, các bản ghi nhớ về tài khoản có, tài khoản nợ và các giấy tờ về việc gửi hàng phải được thiết kế lại. Phải lên kế hoạch biến đổi sự kiểm kê các mẫu biểu của nhà sản xuất.
6. Việc trao đổi các mã số UPC của mình với ngành thương mại sẽ là trách nhiệm của nhà sản xuất. Yêu cầu lúc đầu từ nhà bán lẻ sẽ theo nhiều dạng – từ yêu cầu về một băng máy tính đến một mẫu đơn giản cho người bán hàng của nhà sản xuất điền vào. Nhà sản xuất sẽ cần phải đào tạo người bán hàng và đưa ra cho họ một hệ thống trao đổi các mã số UPC có 11 chữ số hiện thời (lưu ý rằng đây là một lý do

khác tại sao nhiều mã số phân định nhà sản xuất trong phạm vi một hãng sẽ là vấn đề).

7. Các công ty nước giải khát quốc gia với các nhà đóng chai tự do cần xây dựng một UPC chung cho mỗi vật phẩm sẽ được tất cả các nhà đóng chai dùng. Điều này sẽ làm giảm một cách đáng kể các vấn đề đối với những nhà đóng chai này. Nếu nhà đóng chai tự do sản xuất sản phẩm khác, họ sẽ cần đến một mã số phân định nhà sản xuất UPC riêng. Công ty nước giải khát quốc gia có thể trợ giúp thông qua việc chỉ bảo và khuyên bảo.
8. Việc đào tạo lại có thể là cần thiết trong các cửa hàng và các bộ phận khác của công ty nếu nhà sản xuất đã đào tạo người của họ cách xem hai chữ số thập phân cuối cùng của mã thùng hàng để phân định các gói hàng buôn bán. Vì các hướng dẫn khuyến nghị các số không ở đầu trong mã vật phẩm, hai chữ số thập phân cuối cùng có thể không chỉ ra các gói hàng buôn bán ở một vài công ty. Hơn thế nữa, con người phải được đào tạo để nhận biết 5 chữ số thập phân đầu tiên là số phân định nhà sản xuất.
9. Nhà sản xuất phải quyết định xem liệu có hay không mã hóa nhanh các sản phẩm có tốc độ tiêu thụ cao của mình. Điều này có thể được làm một cách dễ dàng đối với 10 hay 20 sản phẩm quan trọng nhất và sẽ tạo thuận lợi cho các hệ thống tự động đầu vào thủ công nếu chúng chứng minh được là có tính kinh tế và sẽ tránh được rủi ro của những thay đổi tiếp sau, những thay đổi mà các công ty mua hệ thống quét tự động sẽ tránh được.
10. Một hệ thống kiểm soát trung tâm đối với việc cấp mã vật phẩm là thiết yếu. Nếu nhà sản xuất không được hình thành cho hệ thống này, phải làm những thu xếp phù hợp vì ảnh hưởng của việc cấp mã số sai sẽ xuất hiện trong suốt hệ thống phân phối với ảnh hưởng quan trọng.
11. Mỗi công ty phải xây dựng một bản tuyên bố thuộc về chính sách cho người bán hàng, người mà thế nào cũng sẽ bị hỏi về việc tham dự vào UPC của công ty.
12. Các công ty cung cấp sản phẩm như là bóng đèn phải thành công trong việc nắm được ý của khách hàng (rất nhiều người trong số họ sẽ không được chuẩn bị để đáp ứng) về mức độ riêng nào họ sẽ mã hóa, ví dụ ống cách điện bóng đèn 4 gói? ống cách điện bên trong 2 gói? các bóng đèn riêng rẽ.
13. Nhà sản xuất các vật phẩm có khối lượng thay đổi nên lưu ý Hướng dẫn UPC #11 rằng quyền mua bán hàng hóa theo một giá đã định trong một thời gian nhất định

được lựa chọn cho việc gán mã nguồn vật phẩm đó tùy thuộc vào việc liệu một vật phẩm được bán theo số lượng hay theo trọng lượng tại nơi bán lẻ. Vì thế trước khi lựa chọn quyền mua bán này, nhà sản xuất phải tìm hiểu chắc chắn nhà bán lẻ và khách hàng bán buôn của mình việc những vật phẩm này sẽ được bán như thế nào.

14. Các thủ tục về mã thuốc quốc gia và mã vật phẩm có liên quan đến sức khỏe quốc gia phải chấp nhận rằng mã hiện thời của họ là tương hợp với mã UPC, mặc dù mã vật phẩm của họ có thể là 6 chữ số thập phân. Các công ty sử dụng mã dạng chữ số và chữ cái (theo đúng trường hợp ngoại lệ của mã thuốc quốc gia) sẽ không có mã tương hợp với UPC.
15. Nhà sản xuất sẽ cần triển khai các hệ thống để phân định một cách đặc biệt cái được đưa vào trong một kiện hàng hỗn hợp các sản phẩm có nhãn của nhà đóng gói; ví dụ việc bán gói hàng đặc biệt của các sản phẩm pha tạp từ cửa hàng của nhà sản xuất.
16. Một tổ chức dán nhãn các sản phẩm do công ty khác sản xuất phải được coi như một nhà sản xuất và phải được cho quyền có mã số phân định nhà sản xuất UPC.
17. Nhà nhập khẩu cũng sẽ có cơ hội có được mã số phân định nhà sản xuất UPC thay mặt nhà sản xuất nước ngoài của họ hoặc đối với các sản phẩm mà họ (nhà nhập khẩu) sẽ đóng gói lại hoặc dán nhãn. Vì thế, mỗi công ty nước ngoài có thể có được một mã số, và sẽ được khuyến làm như vậy nếu công ty đó gửi một lượng hàng đáng kể qua một vài hoặc nhiều nhà nhập khẩu./.