Rabaty użytkownika i nagłówka dokumentu

Rabaty użytkownika, to rabaty udzielane przez operatora podczas wystawiania przez niego dokumentu sprzedaży. Operator nie może udzielić na jednym dokumencie większego upustu od tego, jaki został mu przypisany w systemie.

Lista użytkowników wraz z nadaną im maksymalną wielkością rabatu użytkownika dostępna jest z poziomu zakładki *Sprzedaż* -> (*Rabaty*) -> Użytkownika.

Rabaty użytkownika mogą być wyrażone w formie procentowej lub wartościowej (kwotowej) oraz są naliczane:

poprzez udzielenie upustu na konkretny element dokumentu (ręczna zmiana ceny, rabatu lub wartości artykułu na elemencie dokumentu; dalej zwany rabatem użytkownika)
na cały dokument, tzw. rabat nagłówka dokumentu

Przed zdefiniowaniem rabatu użytkownika należy założyć konto dla określonego użytkownika (*Konfiguracja -> Struktura firmy -> Operatorzy*) i przypisać do niego pracownika. Następnie z poziomu zakładki *Sprzedaż -> Rabaty -> Użytkownika* należy określić wielkość maksymalnego rabatu, jaki może udzielić dany użytkownik.

Rabat użytkownika oraz wartościowy rabat nagłówka naliczane są zawsze addytywnie (kumują się).

Rabaty nagłówkowe są dostępne na dokumentach FS, PAR, WZ, ZS oraz OS.

Procentowy rabat nagłówka dokumentu

Procentowy rabat nagłówka dokumentu, jako jedyny spośród rabatów użytkownika, ma swoją definicję na liście rabatów (*Sprzedaż -> Rabaty*). Jednak jego definicja podlega

modyfikacji tylko w niewielkim stopniu – użytkownik może zmienić nazwę oraz sposób łączenia z innymi rabatami.

Rabat procentowy może zostać nadany przez operatora zarówno przed dodaniem elementów na dokument, jak i po. W zależności od ustawień sposobu łączenia z innymi rabatami na definicji procentowego rabatu nagłówka, rabat ten:

 pomniejszy wartość pozycji po rabacie o procentowy rabat nagłówka, a po pomniejszeniu tej wartości przeliczy cenę i rabat efektywny pozycji – opcja Mnóż

Przykład

W systemie zdefiniowano rabat towarowy Rabat nabywcy na artykuł – artykuły LAK001 i K00020, kontrahent Shoes4You, wielkość rabatu 4%. Cena artykułów LAK001– 10 zł, K00020– 20 zł. Na definicji procentowego rabatu nagłówka parametr odpowiadający za sposób łączenia z innymi rabatami przyjmuje wartość Mnóż.

1. Wystawiono FS na kontrahenta *Shoes4You*. Kierunek VAT na dokumencie liczony jest od netto, a rabaty liczone są od ceny.

2. W nagłówku dokumentu wprowadzono rabat 2% (0,0200)

3. Podczas dodawania artykułu *LAK001* (ilość 1szt.), w pierwszej kolejności naliczane są rabaty pozycji

LAK001: 1^* (10 zł * (1 - 4%)) = 9,6 zł

4. Następnie naliczany jest procentowy rabat nagłówka 2%

LAK001: 9,6 z * (1 - 2%) = 9,41 z

5. Wartość elementu LAK001 po rabatach, to 9,41 zł

6. Przeliczenie ceny i rabatu efektywnego

LAK001: cena 9,41 zł / 1 = 9,41 zł; rabat efektywny (10 zł – 9,41 zł)/10 * 100 = 5,9%

 doda procentowy rabat nagłówka do rabatu pozycji, a na koniec wyliczy cenę elementu, w zależności od ustawienia parametru Rabat od ceny – opcja Dodaj

Przykład

Zdefiniowany został rabat towarowy Rabat nabywcy na artykuł – artykuły *LAK001* i *K00020*, kontrahent *Shoes4You*, wielkość rabatu 4%. Cena artykułów *LAK001* – 10 zł, T2 – 20 zł. Na definicji procentowego rabatu nagłówka parametr odpowiadający za sposób łączenia z innymi rabatami przyjmuje wartość Dodaj.

1. Wystawiony zostaje dokument FS. Kierunek VAT na dokumencie liczony jest od netto, a rabaty liczone są od ceny.

2. W nagłówku dokumentu wprowadzono rabat 2% (0,0200)

3. Podczas dodawania artykułu *LAK001* (ilość 2szt.), w pierwszej kolejności naliczane są rabaty pozycji

LAK001: 2 * (10 zł * (1 - 4%)) = 2 * 9,6 zł = 19,2 zł

4. Następnie naliczany jest procentowy rabat nagłówka 2%

LAK001: 2 * (10 zł * (1 - (4% + 2%))) = 2 * 9,4 zł = 18,8 zł

5. Wartość elementu po rabatach 18,8 zł

6. Przeliczenie ceny i rabatu efektywnego

LAK001: cena 18,80 zł / 2 = 9,40 zł; rabat efektywny (1 – 9,40 zł/10 zł) * 100 = 6%

Jeżeli procentowy rabat nagłówka został udzielony po naliczeniu rabatu wartościowego, system ponownie przeliczy rabaty na pozycjach wg standardowej kolejności – rabaty towarowe (pozycji), rabat użytkownika na pozycję, procentowy rabat nagłówka, wartościowy rabat nagłówka.

Wartościowy rabat nagłówka dokumentu

Po wprowadzeniu w nagłówku dokumentu kwoty rabatu wartościowego system rozbije kwotę rabatu na pozycje dokumentu proporcjonalnie do ich wartości.

Przy wprowadzaniu pozycji na dokument rabat wartościowy jest naliczany :

tylko na pozycje, które zostały dodane na dokument przed wprowadzeniem tego rabatu

jeżeli użytkownik ponownie go wprowadzi wówczas dla każdego elementu system ponownie przeliczy wszystkie rabaty wg standardowej kolejności

Kontrola marży minimalnej może spowodować, że wartość elementu nie jest pomniejszona o proporcjonalną część rabatu wartościowego nagłówka przypadającą na ten element. W takiej sytuacji system spróbuje podzielić tę kwotę na pozostałych pozycjach dokumentu.

W przypadku usunięcia pozycji z dokumentu na którym został naliczony wartościowy rabat nagłówka, system weryfikuje, czy suma kwot rabatu wartościowego nagłówka na pozostałych elementach jest równa kwocie określonej w nagłówku.

Uwaga Rabat użytkownika oraz wartościowy rabat nagłówka naliczane są zawsze addytywnie.

Przykład W systemie znajdują się dwa artykuły:

- LAK001, cena z cennika (początkowa) = 12,20 zł
- *K00020*, cena z cennika (początkowa) = 20,00 zł

Wystawiony zostaje dokument FS i dodano po 1szt. artykułu T1 i T2:

- *LAK001*, lopk. * 12,20
- K00020, lopk. * 20,00

Wartość dokumentu FS 32,20 zł. Udzielono wartościowego rabatu nagłówka w wysokości 30,00 zł. Elementy po naliczeniu rabatu przyjmują wartości:

- LAK001, wartość rabatu 11,37 (93,20%), cena końcowa 0,83 zł
- K00020, wartość rabatu 18,63 (93,15%), cena końcowa 1,37 zł

Następnie, zmniejszono ilość na elemencie z artykułem *LAK001* z lopk. do 0,5opk. W wyniku tej operacji, system nie zmieni ceny końcowej (pozostanie 0,83 zł) ani łącznej kwoty rabatu wartościowego nagłówka (11,37 zł), a jedynie doda ujemny rabat użytkownika na pozycje w wysokości -5,69 zł, tak by wyrównać łączny rabat do rabatu sprzed zmiany ilości. Dzięki temu, w strukturze rabatu operator może zobaczyć, że po naliczeniu wartościowego rabatu nagłówka element był jeszcze modyfikowany.

Uwaga

Wartościowy rabat nagłówka jest naliczany tylko na elementy, które zostały dodane na dokument przed wprowadzeniem tego rabatu. Jeśli użytkownik wprowadzi wartościowy rabat nagłówka na dokument, a następnie doda nowe elementy system nie podzieli ponownie rabatu i nie uwzględni go na nowododanych pozycjach.

Rabat nagłówka od wartości transakcji

Rabat nagłówka od wartości transakcji pozwala na naliczenie rabatu, który uzależniony jest od wartości całego dokumentu. Rabat udzielany jest klientowi, jeśli suma transakcji osiągnie jeden ze zdefiniowanych progów. Użytkownik ma jedynie możliwość zdefiniowania rabatu nagłówka od wartości transakcji, który po zsynchronizowaniu do Comarch POS, może zostać użyty na dokumencie.

Elementem koniecznym do zdefiniowania rabatu jest określenie wartości udzielonego rabatu co najmniej dla jednego progu. Użytkownik określa wartość/procent udzielonego rabatu,próg oraz walutę jego obowiązywania.

Tworząc rabat nagłówka od wartości transakcji, poza standardowymi polami dostępnymi na definicji rabatu, użytkownik ma możliwość zdefiniowania dodatkowych parametrów określających sposób wyliczania wartości dokumentu:

- Wliczaj artykuły niepodlegające rabatom zaznaczenie parametru pozwoli na wliczanie do wartości transakcji artykułów z odznaczonym parametrem na karcie artykułu Podlega rabatom.
- Wliczaj pakiety niepodlegające rabatom nagłówka zaznaczenie parametru pozwoli na wliczanie do wartości transakcji promocji pakietowych, dla których na definicji rabatu odznaczono parametr Uwzględniaj rabaty nagłówka



Rabat nagłówka od wartości transakcji