

Rabaty użytkownika i nagłówek 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 nagłówek 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 nagłówek naliczane są zawsze addytywnie (kumulują się).

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

Procentowy rabat nagłówek dokumentu

Procentowy rabat nagłówek 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 nagłówek, rabat ten:

- pomniejszy wartość pozycji po rabacie o procentowy rabat nagłówek, 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 nagłówek 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

$$LAK001: 1 * (10 \text{ zł} * (1 - 4\%)) = 9,6 \text{ zł}$$

4. Następnie naliczany jest procentowy rabat nagłówek 2%

$$LAK001: 9,6 \text{ zł} * (1 - 2\%) = 9,41 \text{ zł}$$

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

6. Przeliczenie ceny i rabatu efektywnego

$$LAK001: \text{cena } 9,41 \text{ zł} / 1 = 9,41 \text{ zł}; \text{ rabat efektywny } (10 \text{ zł} - 9,41 \text{ zł}) / 10 * 100 = 5,9\%$$

- doda procentowy rabat nagłówek 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 nagłówek 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

$$LAK001: 2 * (10 \text{ zł} * (1 - 4\%)) = 2 * 9,6 \text{ zł} = 19,2 \text{ zł}$$

4. Następnie naliczany jest procentowy rabat nagłówek 2%

$$LAK001: 2 * (10 \text{ zł} * (1 - (4\% + 2\%))) = 2 * 9,4 \text{ zł} = 18,8 \text{ zł}$$

5. Wartość elementu po rabatach 18,8 zł

6. Przeliczenie ceny i rabatu efektywnego

$$LAK001: \text{cena } 18,80 \text{ zł} / 2 = 9,40 \text{ zł}; \text{ rabat efektywny } (1 - 9,40 \text{ zł}/10 \text{ zł}) * 100 = 6\%$$

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

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, 1opk. * 12,20
- K00020, 1opk. * 20,00

Wartość dokumentu FS 32,20 zł. Udzielono wartościowego rabatu nagłówek 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 1opk. do 0,5opk. W wyniku tej operacji, system nie zmieni ceny końcowej (pozostanie 0,83 zł) ani łącznej kwoty rabatu wartościowego nagłówek (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 nagłówek element był jeszcze modyfikowany.

Uwaga

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

Rabat nagłówek od wartości transakcji

Rabat nagłówek 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.

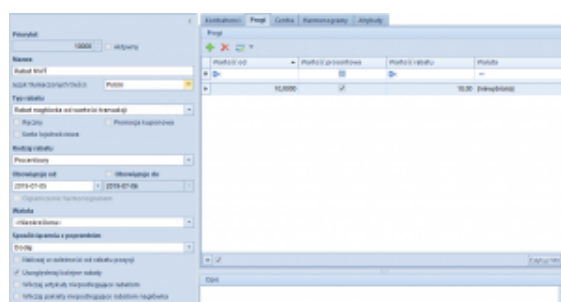
Uwaga

Użytkownik ma jedynie możliwość zdefiniowania rabatu nagłówek 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 nagłówek 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 nagłówek – zaznaczenie parametru pozwoli na wliczanie do wartości transakcji promocji pakietowych, dla których na definicji rabatu odznaczono parametr Uwzględniaj rabaty nagłówek



Rabat nagłówek od wartości transakcji