

# Typy rabatów

Typy rabatów stanowią predefiniowane w systemie wzorce, na podstawie których użytkownik ma możliwość definiować rabaty z określonymi warunkami ich naliczania.

Z poziomu zakładki *Sprzedaż* -> *Typy rabatów*, dostępna jest lista wszystkich typów rabatów towarowych oraz rabatów nagłówek, na której użytkownik może określić kolejność naliczania rabatów towarowych oraz promocji pakietowych.

Typ	Priorytet
Wartościowy rabat nagłówek	
Pakiet elastyczny	0
Pakiet stały	0
Rabat nabywcy na artykuł	10
Rabat nabywcy na grupę artykułów	20
Rabat grupy nabywców na artykuł	30
Rabat grupy nabywców na grupę artykułów	40
Rabat progowy na artykuł	50
Rabat kontrahenta na formę płatności	60
Rabat grupy kontrahentów na formę płatności	70
Rabat nagłówek od wartości transakcji	10 000
Procentowy rabat nagłówek	10 000

## Lista typów rabatów

Na liście dostępne są dwie kolumny:

- **Typ** – określa typ rabatu wskazując ogólne kryteria, według których system nalicza rabat, a które szczegółowo muszą one zostać określone przez operatora definiującego dany rabat.
- **Priorytet** – określany na typie rabatu wpływa na ustawienie domyślnego priorytetu dla nowo dodawanego rabatu, który determinuje kolejność naliczania rabatów (w pierwszej kolejności naliczony jest rabat o najniższej wartości priorytetu). Wyjątek stanowią rabaty nagłówek (procentowy i wartościowy) oraz rabaty pakietowe, które zawsze są naliczane jako ostatnie.

Wśród rabatów towarowych wyróżnia się:

- **rabat nabywcy na artykuł** – określonemu kontrahentowi lub kilku kontrahentom przysługuje specjalny rabat na dany artykuł lub kilka artykułów
- **rabat nabywcy na grupę artykułów** – określonemu kontrahentowi lub kilku kontrahentom przysługuje upust na artykuły z danej grupy/grup artykułów
- **rabat grupy nabywców na artykuł** – określonej grupie/grupom kontrahentów, np. partnerom danej firmy, którym przysługuje specjalny upust na dany artykuł lub kilka artykułów
- **rabat grupy nabywców na grupę artykułów** – analogicznie do wyżej opisanych
- **rabat progowy na artykuł** – ustalane są progi dotyczące ilości kupowanego artykułu/artykułów oraz wysokość rabatu dla każdego progu; np. poniżej 100 szt. danego towaru – brak rabatu, od 101 do 1000 szt. – 5% rabatu, powyżej 1000 szt. – 7%
- **rabat kontrahenta na formę płatności** – ustalany dla konkretnego kontrahenta/kontrahentów na daną formę płatności
- **rabat grupy kontrahentów na formę płatności** – analogicznie do Rabatu kontrahenta na formę płatności, z tą różnicą, że ustalany jest dla grupy/grup kontrahentów

Do promocji pakietowych zalicza się:

- **pakiet stały** – nadawany po dodaniu na dokument określonych artykułów (tworzących dany pakiet) tylko w ustalonej ilości lub jej wielokrotności.
- **pakiet elastyczny** – ustalany globalny próg ilościowy lub wartościowy, po przekroczeniu którego zostanie nadany rabat na wskazane w promocji towary lub grupy towarowe.

Do rabatów nagłówkowych zalicza się:

- **procentowy rabat nagłówka** – odmiana rabatu użytkownika; nadawany przez operatora bezpośrednio w nagłówku wystawianego dokumentu następnie rozbijany przez system

na poszczególne elementy dokumentu; operator musi jedynie wcześniej określić, czy rabat ma być łączony z innymi rabatami poprzez dodawanie czy mnożenie.

- **wartościowy rabat nagłówka** – odmiana rabatu użytkownika; podobnie jak procentowy rabat nagłówka jest określany bezpośrednio w nagłówku wystawianego dokumentu i dzielony przez system na poszczególne elementy dokumentu proporcjonalnie do ich wartości.
- **rabat nagłówka od wartości transakcji** – rabat nadawany w zależności od zdefiniowanych progów wartościowych. Rabat nadawany może być zarówno w formie wartościowej jak i procentowej. Rabat zdefiniowany po stronie *Comarch ERP Altum* zostanie naliczony wyłącznie w transakcjach realizowanych w systemie *Comarch POS*.