

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Tehnološke inovacije u trgovini". Rad ima 12 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Univerzitet u Novom Sadu

Ekonomski fakultet Subotica

P R I S T U P N I R A D

Iz predmeta Kanali marketinga

Tema: Tehnološke inovacije u trgovini

Novi Sad, 2009.

SADRŽAJ

UVOD

Nova tehnologija kroz primenu elektronike i komunikacija u tradicionalnim trgovinskim organizacijama dovodi do oživljavanja intratipne konkurencije. Inovacije su mahom bile vezane za upotrebu bar koda, POS (Point of Sale) opreme, elektronskog plaćanja EFT (Electronic Found Transfer), elektronske razmene podataka EDI (Elektronic Data Interchange) koje donose značajne uštede u operativnim troškovima kod grosista i detaljista.

Na kraju, može se konstatovati da je veoma tesko prognozirati dalji razvoj novih tehnologija, jer se promene desavaju izuzetno brzo. Ipak treba istaći da sve prognoze ukazuju na dalji rast on line transakcija, uz ispravljanje nekih tehničkih uslova kako bi se omogućilo lakše komuniciranje putem interneta. Internet treba da integriše sve informativne medije: TV, štampu, radio, produkciju filmova i telefonski saobraćaj.

Tehnologija Bar kodiranja I njena upotreba u trgovini

Bar kod (eng. Barcode) način je označavanja proizvoda nizom crnih i belih linija koje je moguće posebnim uređajima lako optički prepoznavati. Koristi se u procesu identifikacije proizvoda, vozila, vagona, paketa, robe. u postupku bilo kakvog kretanja. Koristi se svuda gde je potrebno nešto brzo prepoznati . Najpoznatiji primeri su u prodavnicama, super i hipermarketima. I dok su ranije prodavačice morale znati napamet cenu proizvoda, danas je u postupku naplate potrebno robu identifikovati na blagajni, tj. Računar uz pomoć čitača bar koda samo prepoznaje o kojem se proizvodu radi i iz baze podataka uzima podatak o ceni i prikazuje na račun. Istovremeno sa prijavljuje bazi podataka da je određeni proizvod prodat i da se po dostizanju, minimalne predviđene količine na zalih, automatski izvrši nova porudžbina proizvođaču.

Blagajne u današnjim prodavnicama, naročito hipermarketima, su prespore, pa se u budućnosti predviđa označavanje svih proizvoda RF identifikacionim nalepnicama (koristi se skraćenica RFID), čime bi prolaskom kroz detector računar odmah znao koji se sve proizvodi nalaze u korpi (kolicima) . Danas se obično RFID nalepnice paralelno označavaju i bar kodovima.Bar-kod tehnologija uspešno se koristi u

trgovinskoj delatnosti već nekoliko decenija. Međutim, rapidnim razvojem informacionih tehnologija pojavila se potreba za naprednijom identifikacijom proizvoda. Odgovor na tu potrebu pružila je RFID tehnologija. RFID nije nova tehnologija, svoje poreklo vodi iz vojnih aplikacija tokom II Svetskog rata, ali njena komercijalna primena počinje da se ostvaruje tek od početka osamdesetih godina prošlog veka, pa nadalje. RFID aplikacije u trgovinskoj delatnosti smatraju se novim. Identifikacija putem radio frekvencije (Radio Frequency Identification) predstavlja deo bežičnih i mobilnih tehnologija. Zasniva se na ugradnji elektronskog mikročipa u nalepnicu ili etiketu koja se posle toga pričvršćuje ili ugrađuje u fizičke predmete.

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com