

SADRŽAJ

PREDGOVOR	3
UVOD	5
1. FAKTORI KOJI DOPRINOSE ODLUCI KLIJENTA	7
<i>1.1. Isporučioc i klijenti</i>	<i>8</i>
<i>1.2. Obezbeđenje kvaliteta</i>	<i>9</i>
<i>1.3. Merenje zadovoljstva kupaca</i>	<i>9</i>
<i>1.4. Protokoli sporazuma isporučioca i klijenta</i>	<i>11</i>
<i>1.5. Odgovornosti klijenta</i>	<i>11</i>
<i>1.6. Odgovornosti isporučioca</i>	<i>11</i>
<i>1.7. Sporovi između klijenta i isporučioca</i>	<i>12</i>
2. UGOVOR O PRODAJI I NABAVCI	13
<i>2.1. Realizacija ugovora</i>	<i>14</i>
<i>2.2. Ugovor o nabavci</i>	<i>14</i>
<i>2.3. Izbor, kvalifikacija i praćenje isporučioca</i>	<i>14</i>
<i>2.4. Stažiranje</i>	<i>15</i>
<i>2.5. Kvalifikacija</i>	<i>15</i>
<i>2.6. Partnerstvo</i>	<i>16</i>
<i>2.7. Redosled aktivnosti</i>	<i>17</i>
<i>2.8. Tok aktivnosti kod obavljanja kvalifikacije</i>	<i>18</i>
<i>2.9. Pružanje usluga</i>	<i>19</i>
3. TEHNIKE KONTROLE PROIZVODA	23
<i>3.1. Provere kod isporučioca</i>	<i>23</i>
4. TOTALNO UPRAVLJANJE KVALITETOM	25
<i>4.1. Osnovni principi TQM-a</i>	<i>30</i>

4.2. Osnovni elementi TQM-a	33
4.2.1. Osnovni elementi	33
4.2.2. Gradivni elementi	34
4.2.3. Vezivni elementi	36
4.2.4. Vrhovni elementi	36
4.3. Veza između TQM-a i serije standarda ISO 9000	37
4.4. ISO 9000 nasuprot TQM-u	37
4.5. Upoređivanje karakteristika standarda ISO9000 i TQM sistema	38
4.6. TQM organizacija	39
4.7. Principi sistema menadžmenta kvalitetom	44
4.8. Organizacija fokusirana na kupca	45
4.9. Liderstvo	45
4.10. Uključivanje osoblja	46
4.11. Procesni pristup	47
4.12. Sistemski pristup menadžmentu	48
4.13. Kontinualno poboljšanje	48
4.14. Donošenje odluka zasnovanih na činjenicama	49
4.15. Odnosi sa isporučiocima na obostrano zadovoljstvo	50
5. MENADŽERI KVALITETOM	52
5. MENADŽERI KVALITETOM	53
6. KVALITET KAO NAJZNAČAJNIJI FAKTOR KONKURENTNOSTI	57
6.1. Sistem TQM u Srbiji	57
6.2. Zakonski propisi o standardizaciji	59
6.3. Podzakonska akta o standardizaciji	60
7. ZNAČAJ NAUČNO-TEHNOLOŠKOG PROGRESA	61
7.1. Specifična obeležja novih tehnologija u robnom prometu	62

8. OSNOVNI FAKTORI RAZVOJA INFORMACIONE TEHNOLOGIJE U TRGOVINI	66
8. OSNOVNI FAKTORI RAZVOJA INFORMACIONE TEHNOLOGIJE U TRGOVINI	67
8.1. Komuniciranje između učesnika u robnom prometu.....	67
8.2. Informacione tehnologije u robnom prometu.....	69
8.3. Mogućnosti primene virtualnih prodavnica i marketinga maloprodajne baze podataka	73
8.4. Polazna razmatranja o sistemima označavanja.....	75
9. OSNOVI PRIMENE SISTEMA JEDINSTVENOG OZNAČAVANJA U TRŽIŠNO RAZVIJENIM ZEMLJAMA	79
9.1. Univerzalno kodiranje proizvoda UPC (UNIVERZAL PRODUCT CODE)	86
9.2. Međunarodni sistem numerisanja proizvoda EAN International.....	88
9.3. Jugoslovenska Asocijacija Numerisanja Artikala JANA i njena povezanost sa EAN International.....	92
9.4. Kodiranje serijskih publikacija ISSN (INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBERING)	94
9.5. Kodiranje knjiga ISBN (INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER)	95
9.6. EAN cifre za kodiranje isporučnih i transportnih jedinica	96
9.7. EAN lokacijski kod.....	98
9.8. Šifriranje dopunskih informacija po osnovu UCC/EAN 128 aplikacionih identifikatora.....	99
9.9. Skeniranje proizvoda kao nužna pretpostavka za primenu moderne informacione tehnologije	100
9.10. Skeniranje „težinski zavisne robe“	102
9.11. Skeniranje ostalog prodajnog asortimana i njegove prednosti....	104
10. ELEKTRONSKO KOMUNICIRANJE	109
10. ELEKTRONSKO KOMUNICIRANJE	109

10.1. Elektronska razmena podataka EDI (ELECTRONIC DATA INTERCHANGE)	109
10.2. Elektronska kupovina u trgovini na malo	115
10.3. Zakonitosti daljeg razvoja tehnoloških inovacija u trgovini	117
11. POZICIONIRANJE KOMPANIJE PREMA MODIFIKOVANOJ BCG MATRICI	120
11. POZICIONIRANJE KOMPANIJE PREMA MODIFIKOVANOJ BCG MATRICI	121
PRILOG – 1	124
PRILOG – 1	125
PRILOG – 2	131
PRILOG - 3	147
PRILOG - 4	153
PRILOG - 4	154
PRILOG - 5	167
PRILOG - 6	175
PRILOG - 7	190
PRILOG - 7	191
PRILOG - 8	197
LITERATURA.....	205