

SADRŽAJ

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

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)*

10.2. Elektronska kupovina u trgovini na *malo*

10.3. Zakonitosti daljeg razvoja tehnoloških inovacija u trgovini

11. POZICIONIRANJE KOMPANIJE PREMA MODIFIKOVANOJ BCG MATRICI

11. POZICIONIRANJE KOMPANIJE PREMA MODIFIKOVANOJ BCG MATRICI

PRILOG - 1

PRILOG - 1

PRILOG - 2

PRILOG - 3

PRILOG - 4

PRILOG - 4

PRILOG - 5

PRILOG - 6

PRILOG - 7

PRILOG - 7

PRILOG - 8

LITERATURA