

# Žvečilka je bila prva označena na revolucionaren način

**Črtna koda** Od iznajdbe, ki je nepovratno spremenila logistiko, mineva 50 let – Fizičnim izdelkom dodaja digitalne informacije

Črtna koda je vsak dan prisotna na več kot milijardi izdelkov, ki potujejo in se prodajajo po vseh celinah našega sveta. Njena iznajdba je nepovratno spremenila logistiko.

JANEZ TOMAŽIČ

Z leti se je razvila v dvodimenzionalno kodo, ki vsebuje več podatkov, njen osnovni namen pa ostaja enak. Fizičnim izdelkom dodaja digitalne informacije, ki omogočajo lažje upravljanje toka izdelkov. Prvi izdelek, označen s kodo, je bil žvečilni gumi.

»Črtne kode prinašajo z edinstveno podobo in s pomočjo globalnih standardov GS1 preprosto povezavo med fizičnim izdelkom in z njim povezanimi digitalnimi informacijami, ki se ob skeniranju kode neovirano in zelo enostavno prenašajo po preskrbovalni verigi. Če malce poenostavimo: pot izdelka od, denimo, kmetije do trgovine omogočajo v veliki meri prav črtne kode, saj je z njihovo pomočjo sledljivost izdelka enostavnejša, informacijsko varnejša in izjemno pregledna. Črtna koda predstavlja po tej plati neke vrste 'informacijski esperanto',

- Uporaba črtnih kod je najprej prispevala k povečanju učinkovitosti blagajn.
- Kode so danes nepogrešljive, saj izdelek spremljajo v celotni verigi.
- V uporabo vstopajo tudi dvodimenzionalne kode, ki shranijo še več podatkov.

ki ga zaradi hitrejšega zajemanja podatkov in zmanjševanja človeških napak govori tako rekoč ves svet. To, da je črtna koda za vedno spremenila način nakupovanja, je dejstvo brez primere,« so sporočili iz slovenske podružnice družbe GS1. GS1 je nepridobitna mednarodna organizacija, ki je najbolj poznana po črtni kodi. Organizacija razvija globalne standarde in rešitve za identifikacijo, sledenje in elektronsko izmenjavo podatkov blaga.

## Hitrejšje delovanje blagajn

Črtne kode smo kot družba začeli uradno uporabljati 3. aprila 1973 oziroma pred 50 leti. Inovacija je v začetnem obdobju omogočala predvsem hitrejšje delovanje trgovskih blagajn in nato v naslednjih desetletjih prerasla v informacijski sistem, brez katerega si že



QR-koda omogoča, da se vsakemu izdelku dodajo unikatne informacije o njem. FOTO LEON VIDIC

dolgo ne znamo več predstavljati delovanja sodobne družbe.

Trgovska podjetja so v začetnem obdobju poročala o 40 odstotkov višji hitrosti delovanja trgovskih blagajn, nižjih stroških dela in višji transakcijski natančnosti, kjer ni bilo več prej pogosto napačnih vnosov prodajnih cen. To je bil šele začetek velike »marketinške« avature.

Trgovci so s pomočjo nove tehnologije začeli natančneje slediti nakupnim navadam kupcev, imeli so boljši nadzor nad zalogami in začeli uvajati dodatne produkte, kot so nakupovalne kartice s črtno kodo. V obdobju od leta 1976 do 1980 je število živilskih trgovin z novo tehnologijo naraslo s 104 na 2207 in se začelo širiti po vsem svetu.

Črtnim oziroma tako imenovanim enodimenzionalnim kodam se že kar nekaj zadnjih let pridružujejo informacijsko bogatejše 2D-kode, ki omogočajo širše možnosti uporabe. 2D-kode vsebujejo v primerjavi z enodimenzionalnimi

večje količine podatkov, ki omogočajo kakovostnejše delovanje podjetji in regulatorjev ter poskrbijo za boljše potrošniško izkušnjo končnega kupca. Primerov uporabe je še veliko, vključno z varnejšo obravnavo pacientov v zdravstvenih ustanovah. 2D-kode omogočajo vpogled v številne informacije, v primeru živil lahko namreč izvedemo, od kod in na kakšen način prihajajo, ali vsebujejo alergene, ali je njihov izvor organski, kakšen je okoljski odtis kupljenega izdelka.

## Prihodnost je v QR-kodah

Renaud de Barbuat, Globalni šef GS1, je v intervjuju za Delo povedal: »Marsikatero podjetje v trgovinskem sektorju jih že uporablja za oglaševanje in marketing. Niso nič novega. Novo pa je, da standard GS1 lahko vstavimo v QR-kodo. Danes s skeniranjem QR-kode pridemo na spletno stran proizvajalca, kjer so določene predstavitvene informacije o izdelku. QR-kode, kot so v uporabi zdaj, so v resnici le spletni naslovi url. Če

pa tem dodamo še standarde GS1, v url lahko vključujemo unikatne številke, s čimer dosežemo veliko več funkcionalnosti kot le pri obisku spletnega mesta. Na vsako kodo bi lahko, recimo, dodali ne samo informacije o izdelku, kot so sestava, način vzdrževanja, promocija, dostopnost izdelka v trgovinah, ampak tudi informacije, ki jih potrebujejo lokalne oblasti in potrošniki. Recimo o izvoru uporabljenih surovin; za vsak svež izdelek bi bilo mogoče preveriti, od kod prihaja. Lahko bi izvedeli, kako in kje reciklirati določen tehnološki proizvod.«

Renaud de Barbuat nakaže prihodnost: »Prihodnost bodo torej QR-kode, ampak namesto tega, da imamo množico QR-kod z enakimi informacijami na vseh izdelkih, bo lahko imel vsak izdelek dodane unikatne informacije. Moč standarda GS1 v QR-kodah je med igralci v dobavni verigi, od proizvodnje do trgovine, prepoznana kot ključno orodje prihodnosti, s katerim lahko naredimo več, kot smo z linearnimi črtnimi kodami. Velika moč QR-kode je tudi v tem, da ne potrebujemo več aplikacij za njihovo skeniranje, ampak to lahko naredimo s telefonom.«



Marsikatero podjetje v trgovinskem sektorju QR-kodo že uporablja za oglaševanje in marketing, pravi Renaud de Barbuat. FOTO LEON VIDIC

## V SLOVENIJI 3500 ČLANOV

GS1 Slovenija je neodvisna in nepridobitna organizacija na področju mednarodnih standardov GS1 za identifikacijo in elektronsko izmenjavo podatkov v Sloveniji. Trenutno ima več kot 3500 članov oziroma uporabnikov, predvsem iz predelovalne in trgovske dejavnosti, logistike ter zdravstva.