



Najpogostejšo vsakodnevno uporabo črtne kode predstavlja obdelava plačil v samopostrežnih trgovinah. Prva tovrstna transakcija je bila uradno izvedena 26. junija 1974 v trgovskem centru Marsh v zvezni državi Ohio.

ČRTNA KODA PRAZNUJE 50-LETNICO IN ZNOVA SPREMINJA NAŠA ŽIVLJENJA

Britanska medijska hiša BBC je z več kot upravičenim razlogom uvrstila črtno kodo med 50 najpomembnejših stvari, ki so oblikovale in zaznamovale moderno gospodarstvo. Sodeč po obliki skromen, a informacijsko zelo pomemben simbol je od ustanovitve leta 1973 pa do današnjih dni prehodil pomembno pot, del katere predstavlja dejstvo, da je danes črna koda vsak dan prisotna na več kot milijardi izdelkov, ki potujejo in se prodajajo po vseh celinah našega sveta. Črtni simbol, ki sodeluje na dnevnem ravni pri okoli šestih milijardah transakcij, predstavlja hkrati sinonim za značilen zvok v obliki »beep«, ki ga povzroči njegovo skeniranje na blagajnah malih in velikih trgovskih centrov.

Črtne kode prinašajo z edinstveno podobo ob pomoči 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. Črna koda predstavlja po tej plati neke vrste »informacijski esperanto«, ki ga zaradi hitrejšega zajemanja podatkov in

zmanjševanja človeških napak govori tako rekoč cel svet. To, da je črna koda za vedno spremenila način nakupovanja, je dejstvo brez primere!



Med »očete« črtne kode štejejo Joseph Woodland, Bernard Silver in George Laurer. Prva dva sta 20. oktobra 1949 vložila patent za prvi koncept črtne kode, ki je bil odobren oktobra 1952.

Črtne kode smo kot družba začeli uradno uporabljati 3. aprila 1973 oziroma pred 50 leti. Inovacija je v začetnem obdobju omogočala predvsem hitrejšo delovanje trgovskih blagajn in nato v naslednjih desetletjih prerasla v informacijski sistem, brez katerega si že dolgo ne znamo več predstavljati delovanja sodobne družbe. Trgovska podjetja so poročala v začetnem obdobju o 40 odstotkov višji hitrosti delovanja trgovskih blagajn, nižjih stroških

dela in višji transakcijski natančnosti, kjer ni prihajalo do pogosto napačnih vnosov prodajnih cen. To je bil šele začetek velike »marketinške« avanture. Trgovci so s pomočjo nove tehnologije začeli natančneje slediti nakupnim navadam kupcev, imeli boljši nadzor nad zalogami in začeli so 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.

Informacijska nadgradnja

Črtnim oziroma takoj 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 podjetij in regulatorjev ter poskrbijo za boljšo potrošniško izkušnjo končnega kupca. Primerov uporabe je še veliko, vključno z varnejšo obravnavo pacientov v zdravstvenih ustanovah. 2D-kode omogočajo vpogled v številne informacije, kje lahko v primeru živil izvemo, od kod in na kakšen način prihajajo, ali vsebujejo alergene, ali je njihov izvor organski, kako in na kakšen način recikliramo njihovo embalažo in kakšen je okoljski odtis kupljenega izdelka. Omenjeni podatki zvišujejo stopnjo preglednosti in pomagajo ljudem sprejemati kakovostnejše odločitve o tem, kaj kupiti in kako uporabiti.

Prvi skenirani izdelek so predstavljale s črtno kodo opremljene sadne žvečilke znamke Wrigley.



Dvodimenzionalne kode so v primerjavi s črtnimi, kjer gre za niz različno debelih črtic, sestavljene iz simbolov in horizontalnih ter vertikalnih grafičnih elementov. Slednji omogočajo matričen algoritem kodiranja in s tem večjo informacijsko zajetnost. Med najbolj pogoste dvodimenzionalne kode štejejo QR-kode, ki jih najlažje odčitamo s pomočjo kamere na običajnem mobilnem telefonu. Zelo pogosto se z njimi srečujemo na področju marketinških in promocijskih aktivnostih ter pri plačevanju plačilnih nalogov. Zelo popularne so Data Matrix kode, ki imajo veliko stopnjo korekcije napak (30 %) in omogočajo visoko stopnjo zanesljivosti odčitavanja pri morebitnih poškodbah kode. Večinoma se uporabljajo na področju zdravstva, maloprodaje in industrije.

GS1 globalna pobuda

Pomembno vlogo pri tranziciji črtnih kod v 2D-kode igra s pomočjo 116 predstavništev po vsem svetu nepridobitna globalna organizacija GS1, ki sodeluje s številnimi svetovno znanimi podjetji pri uvajanju generacijsko novih kod. Po tej plati gre za podoben pristop, kot smo ga bili deležni pred 50 leti z združenjem ameriških trgovskih podjetij. Konec leta 2020 je GS1 s tem namenom zagnala s ključnimi akterji v maloprodajnem sektorju globalno pobudo za prehod iz tradicionalnih na naslednjo generacijo črtnih kod. Več kot 20 držav in regij, vključno s Kitajsko, ZDA, Avstralijo in Brazilijo, že izvaja pilotne tranzicijske projekte za učinkovitejše delovanje trgovine, bolj trajnostno potrošništvo in višjo varnost pacientov.

GS1 črna koda, ki je v zadnjih petdesetih letih spremenila način nakupovanja in prodaje izdelkov, ostaja na takšen način globalno prepoznavna in hkrati pripravljena za nove poslovne izzive ter priložnosti. Vse to dopolnjujejo upravičena potrošniška pričakovanja v smislu kakovostnejših informacij o izdelkih in hkrati okoljske zahteve, kjer moramo kot družba stremeti k ustvarjanju kakovostnih podatkov za sprejemanje razumnih in učinkovitih odločitev, kjer bo digitalno obarvana tranzicija iz tradicionalnih enodimenzionalnih v 2D-kode igrala nedvomno zelo pomembno družbeno in gospodarsko vlogo.



www.gs1.si.org