

Čerstvé novinky v EDI komunikaci

Elektronická výměna dat (EDI – Electronic Data Interchange) je globálním standardem elektronické komunikace v pravém slova smyslu. Podle Davida Reichla to však neznamená, že funguje beze změn jen podle zažitých pravidel. Rozhovor s ředitelem divize eBusiness společnosti CCV Informační systémy, která je v počtu zákazníků jedničkou služeb EDI na českém trhu, ukazuje spíše opak. EDI komunikace v poslední době totiž doznává řady změn a vylepšení. Kromě technických novinek, jako je využití nových EDI zpráv nebo rozšíření již používaných zpráv o nové prvky, se významným způsobem zvýšila především samotná penetrace EDI nejen v retailu, ale i v řadě nových oborů.



David Reichel

■ Jak se českému obchodu daří elektronizovat své obchodní procesy?

Dávno pryč je doba, kdy elektronická výměna dat, založená na oborové normě EANCOM, byla výhradně záležitostí obchodních řetězců z oblasti FMCG a jejich několika nejvýznamnějších dodavatelů. Maloobchodní řetězce moderního typu s převládajícím podílem potravin již míří na zcela jiný cíl: elektronickou výměnu základních transakčních dokumentů se všemi dodavateli.

To potvrzují i čísla, která jsme zaznamenali a která ukazují meziroční 25% nárůst objemu komunikace procházející přes clearingové centrum Orion EDI. Spolehlivé a automatizované přenosy informací jsou klíčové pro úspěch spolupráce obchodujících firem.

■ Můžete uvést nějaké nové významné retailové hráče na straně odběratelů EDI?

Dodavatelé mohou nově navázat EDI komunikaci například s internetovým obchodem MALL.CZ. Vzhledem k množství partnerů a rozsahu sortimentu je zde přenos strukturovaných dat velmi žádoucí s ohledem na přesnost, zautomatizování a v neposlední řadě s tím spojenou úsporu lidské práce na

obou stranách dodavatelско-odběratelského vztahu. V březnu zahájila společnost zapojování dodavatelů, během prvních tří týdnů zapojila přes 60 partnerů do EDI komunikace. Mezi nové zákazníky patří také Alza nebo řetězec Datart a další.

Své obchodní procesy zefektivnil také český řetězec hobbymarketů UNI HOBBY, který nově využívá elektronickou komunikaci u dvou nejrozšířenějších dokumentů, objednávků (EDI zpráva ORDERS) a faktury (INVOIC). Tento dynamicky se rozšiřující způsob výměny dokladů si přitom v UNI HOBBY našel své místo velmi rychle. Do EDI komunikace jsme v rekordně krátkém čase během necelého měsíce a půl zapojili více než 100 dodavatelů.

EDI je totiž desítkami let vyzkoušený a mezinárodně standardizovaný systém, který prokazatelně snižuje náklady na výměnu dokladů při současném výrazném zvýšení její rychlosti. Zároveň dochází i k velmi podstatnému snížení chybivosti. Věřím proto, že další EDI zprávy, jako například dodací list (DESADV) nebo příjemka (RECADV), budou brzy následovat, tak aby přínosy nasazení EDI mohly být v UNI HOBBY maximálně využity.

■ Zmínili jste nové obory, kde se elektronizace výměny obchodních dokladů rozvíjí. Jaké máte na mysli?

Nepočítáme-li vedle moderního retailu či automotive také logistiku a tradiční maloobchod, stavebnictví nebo právě e-shopy, tak mezi relativně nové obory, kam EDI komunikace výrazněji proniká, lze počítat třeba obchod s elektromateriálem. Analýza realizovaná u zákazníka K & V Elektro ukázala, že i mezi dodavateli elektromateriálu panuje poměrně velká připravenost pro rozvoj EDI, neboť 25 % již EDI komunikaci používá s jinými firmami a dalších 46 % objemu dokladů představují partneři, kteří jsou připraveni elektronickou výměnu dokladů v dohledné době realizovat.

■ Projevuje se do těchto trendů v oblasti EDI nějak nástup outsourcingu?

Právě možnost využít prověřená řešení postavená na globálních standardech a poskytovaná formou služby bez nutnosti počátečních investic považují za jeden ze dvou hlavních spouštěčů pro rozšiřování EDI do nových oborů. Tento koncept jsme přinesli na trh již před dvanácti lety, ale v posledních letech jej začali napodobovat také další, kteří se přizpůsobují trendům dnes populárně označovaných „cloudových“ řešení.

Pryč jsou časy, kdy si společnosti obstarávaly EDI řešení ve vlastní režii. EDI formou služby, kdy není potřeba kupovat žádný hardware ani software a vše zajišťuje EDI poskytovatel, je model, který se nyní těší oblibě nejen u velkých dodavatelů, ale přímo u samotných řetězců.

■ Jaké nové typy zpráv se na trhu nejvíce rozvíjejí?

U subjektů, které již EDI nějaký čas využívají, se obvykle uzavírá kruh základních zpráv, což jsou po objednávce a faktuře zprávy informující o fyzickém předání zboží, tedy zmíněné avízo dodávky (DESADV) a avízo příjmu (RECADV). Zejména poslední zmíněná zpráva je velmi atraktivní, neboť omezuje vznik množstevních dobropisů. Zpracování neboli „likvidace“ dobropisů je náročná práce, kde dalším pomocníkem je zpráva RETANN (vratky), jejíž správná implementace dává odběratelům silný nástroj, jak automaticky zpracovávat také opravné daňové doklady týkající se vrátek. Přitom nezáleží na tom, zda se jedná o reklamace, vrácené zboží z promoci apod. S ohledem na bankovní služby jsou stále oblíbenější souhrnné platby za více faktur prostřednictvím zprávy REMADV, která dodavatele informuje o tom, které faktury a v jakých částkách byly danou platbou hrazeny.

■ Kde naopak vidíte na trhu překážky rozvoje?

Při ICT Unii připravujeme metodiku nakládání s důvěryhodným elektronickým dokumentem a pracujeme s legislativci, aby tato oblast byla v souladu s Evropou a oproti současné praxi také srozumitelněji pokryta českým právem. Překážkou je také adaptabilita na straně podnikových systémů. Další oblastí jsou totiž noví uživatelé EDI

z tradičního maloobchodu nebo nových segmentů. Je skvělé, že i pro malé a střední obchodníky je EDI komunikace atraktivní a přináší jim stejné benefity jako velkým hráčům. Vnímáme zde samozřejmě rozdíly v požadavcích na protistrany dané menší tržní silou. Proto vidíme jako velmi perspektivní zprávu potvrzování objednávek (ORDRSP), u které však víme, že na ni není český ani slovenský trh informačních systémů připraven. Přesto o této zprávě s novými klienty hovoříme a doporučujeme její postupnou implementaci. Víme, že tady je velký počet šikovných domácích producentů a vývojářů, kterým jsme připraveni pomoci tuto zprávu zavést a byť je jasné, že zpráva nezačne být podporována ze dne na den, tak věříme, že při větší poptávce nových hráčů na trhu by se mohlo povést zprávu během dvou až tří let rozšířit.

■ Jak tedy bude vypadat elektronická výměna dat za pár let?

Pokud bychom se měli podívat ještě více dopředu, tak zejména v nových segmentech vidím velký potenciál postupně elektronizovat další fáze obchodního procesu a jít například ještě krok před samotnou objednávkou, kdy probíhá poptávání a nabídka, pro které existují standardní zprávy REQOTE a QUOTES, v Čechách zatím neznámé. EDI toho prostě dokáže ještě mnohem více a máme tak před sebou společně s klienty a partnery ještě hodně zajímavé společné práce.

Dochází také k rozšiřování stávajících zpráv. Snadno dostupné přínosy jsou již dnes u dodacího listu, kdy mohou dodavatelé posílat šarže a provádět identifikaci palet pomocí SSCC kódů. Pilotní projekty jsme nedávno realizovali s naším zákazníkem Henkel a společnostmi AHOLD nebo METRO Cash & Carry. Kombinace EDI a SSCC ve výsledku přináší přibližně 30% zrychlení při příjmu i naskladnění a v případě správných dat od dodavatele i 100% přesnost při samotném zavádění zboží do systému.

Existujícím řešením, které stále čeká na své využití a rozvoj, je pak elektronické zalistování, ke kterému existuje globální řešení GS1 datové synchronizace. U nás se dosud používá jediné řešení eKatalog pro správu produktových dat, které používají první řešitelce nebo například u vinařů funguje třeba až do úrovně mobilních aplikací.

■ A jaké jsou naopak nejbližší změny, které byste zmínil a na které se můžeme těšit?

Z nejbližších novinek jsme na půdě sdružení ECR připravili pro ostatní uživatele návod, na co myslet a jak unifikovat náročný, ale velmi přínosný proces zpracování faktur a zpětné vazby dodavatelům. Pod hlavičkou ECR tak pomáháme a předáváme zkuš-



nosti všem odběratelům, kteří EDI zavádí, s důležitými notifikacemi, jako je APERAK (přijetí dokladu) a COMDIS (obchodní námitka).

Velmi se dále těším, že se nám po osmi letech našich dosud planých snah konečně v souladu s ostatními na trhu podaří prosadit, aby i naše národní příručka standardu GS1 pro objednávku obsahovala jasně ukotvenou tak základní informaci, jako je cena.

Znamená to zřejmý přínos, jak potvrzují naše velmi dobré zkušenosti z okolních zemí jako je Rakousko nebo Německo a byla by škoda, pokud by nebyla naše doporučení napříč trhem zavedena. Věřím proto, že se nám v letošním roce podaří dostat další část potřebné praxe do českého standardu EDI tak, aby všem nadále sloužil k užítku. Poslední jednání jsou v tomto smyslu nadějná. ■ LN

Eulog: Léto přinese speciální logistiku i novinky na webu

Letní měsíce jsou ve znamení dovolených, výletů a sdílení radostí s přáteli. Z tohoto důvodu se Logistický portál Eulog rozhodl oživit léto jednak speciální logistikou, na kterou se zaměří v červnu a červenci, ale také přidáním fotogalerie na webové stránky.

Červen a červenec ve znamení speciální logistiky

Speciální logistika je téma, které v sobě může zahrnovat širokou škálu jednotlivých oblastí logistiky. Eulog se rozhodl věnovat tomuto tématu jak červen, tak i červenec. Během těchto letních měsíců bude uveřejněno několik případových studií, článků i rozhovorů. Téma, na které se v rámci speciální logistiky Eulog zaměří, se bude týkat farmaceutického průmyslu, humanitární oblasti, přepravy nebezpečného nákladu, potravinářského průmyslu, a podobně.

„Právě probíhá komunikace s jednou humanitární organizací, se kterou připravujeme kombinovaný článek v podobě informací o organizaci a rozhovoru. Také se můžete těšit na zajímavé případové studie např. z oblasti přepravy zvířat nebo zdravotnictví,“ přibližuje Eva Blechová, redaktorka portálu Eulog.cz.

Fotogalerie a videoreportáže přímo na webu

Eulog se také pravidelně účastní nejrůznějších akcí z oboru a stává se mediálním partnerem mnoha konferencí, seminářů a veletrhů. Z účasti na

těchto akcích vzniká mnoho fotek, které jsou ke zhlédnutí u konkrétních článků nebo na Facebooku. To se ale brzy změní.

„Počet zajímavých akcí, kterých se účastníme, stále roste. Pro nás je to známkou toho, že internetová média jsou stále populárnější. Proto jsme se rozhodli, že přímo na našem webu vytvoříme prostor pro prezentaci fotek z těchto akcí. Na Facebooku bude bývát jen výběr fotek, ale galerie na webu bude obsáhlejší,“ popisuje Eva Blechová.

Od roku 2014 portál Eulog začal vytvářet i krátké videoreportáže. Tato videa jsou k vidění na YouTube.com/eulog, ale již brzy budou k vidění také ve videogalerii přímo na www.eulog.cz.

„Během tohoto roku plánujeme ještě natočit několik videoreportáží. Jedná se převážně o sestřihy z veletrhů, ze zajímavých konferencí nebo různých PR prezentací firem z oboru. Fotky a videa z akcí bývají velmi často navštěvovanými odkazy, proto věřím, že tuto změnu naši čtenáři uvítají,“ uzavírá Eva Blechová.



Generální sponzor:



Zlatí sponzoři:



Stříbrní sponzoři:



Bronzoví sponzoři:



Partneři:



Hlavní sponzor V.I.P. Logistic Rendezvous:



Partner registrace:



Sponzoři ceny GRYF:



Mediální partneři:





2014 POWERED BY **AWT**

SpeedCHAIN[®]

MEZINÁRODNÍ LOGISTICKÁ KONFERENCE

RELIANT GROUP

12.-13. LISTOPADU 2014 / BŘEVNOVSKÝ KLÁŠTER, PRAHA



NEJVÝZNAMNĚJŠÍ SETKÁNÍ LOGISTICKÝCH OSOBNOSTÍ

EXKLUZIVNĚ POD ZÁŠTITOU MINISTRA DOPRAVY ČR A REKTORKY VŠE PRAHA

www.speedchain.eu

Organizátor akce: **ReliantGroup[®]**

Spoluorganizátor:

