

Mateusz Urban
Procter & Gamble Polska Sp. z o.o.

EDI W PROCTER & GAMBLE POLSKA SP. Z O.O.

Procter & Gamble recognizing great operational and strategic benefits of EDI for the business, developed centralized European EDI infrastructure. In order to obtain lowest cost and highest efficiency, components of P&G's EDI infrastructure are grouped in different geographical localizations and are connected by company's intranet, allowing all interested parties fast and safe access.

P&G was one of the pioneers of EDI in Poland. In the year 1996 company developed an electronic orders (ORDER) exchange with group of its distributors. Shortly after that, big retail chains have also shown interest in taking advantage of doing EDI with P&G. The amount of customers sending EDI orders was growing very rapidly. In the following years company has developed with its partners further EDI documents: inventory report (INVRPT) and invoice (INVOIC). At the moment more than 80% of P&G sale is made to customers, who are sending EDI orders.

Scalable and integrated (with company's information system) EDI solutions gives partners exchanging electronic documents number of benefits, like:

- Decreased supply chain cost through minimized order/invoice processing time and minimized number of mistakes,
- Better human resources allocation,
- Tightened relationship and cooperation between parties,
- Technical readiness for internet based E-marketplace solutions.

Despite some skepticism toward EDI, P&G and its partners take great advantage of using traditional EDI and are researching opportunities of widening use of EDI onto new documents, like: price catalogue (PRICAT), dispatch advice (DESADV).

At the moment one of the most important issues concerning EDI on polish market is documents specification standardization process and P&G is taking very active part in it.

O firmie

Firma Procter & Gamble powstała 150 lat temu w Cincinnati, Ohio (USA) jako małe przedsiębiorstwo. Obecnie jest firmą o zasięgu światowym. Produkty P&G sprzedawane są w ponad 140 krajach, a prawie 60 fabryk należących do koncernu

Mateusz Urban

produkuje towary na całym świecie. Procter & Gamble jest jedną z 40 największych firm na świecie.

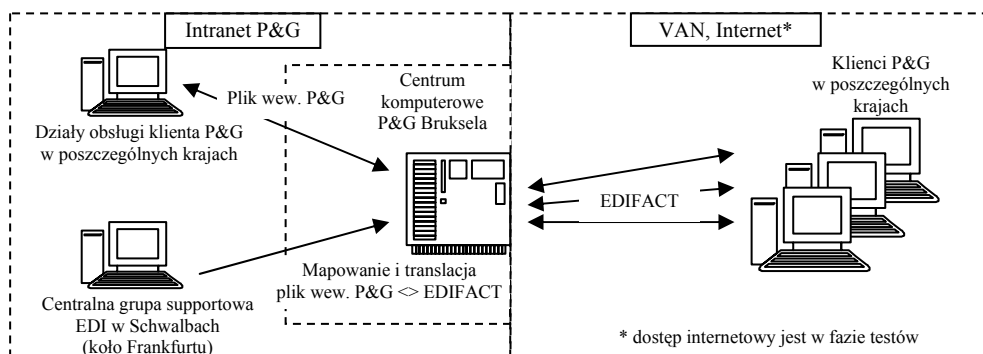
Procter & Gamble działa w Polsce od 11 lat. Oprócz fabryki i biura w Warszawie, P&G ma jeszcze biura regionalne w Krakowie i Poznaniu.

W latach 1993–97 firma Procter & Gamble zbudowała w Polsce fundament nowoczesnej organizacji w oparciu o doświadczenia międzynarodowej kadry menedżerskiej i wielkie zaangażowanie polskich pracowników. Od wiosny 1994 r. działa na warszawskim Targówku fabryka P&G będąca największą inwestycją koncernu w Europie Środkowo-Wschodniej. Całość inwestycji Procter & Gamble w Polsce zaplanowana jest na 190 milionów dolarów.

W połowie 1997 r. ogłoszono integrację polskiego przedsiębiorstwa Procter & Gamble z oddziałami na Łotwie, Litwie, w Estonii i Białorusi. W ramach procesu integracji niektóre działy z krajów bałtyckich i Białorusi zostały przeniesione do Warszawy. Integracja stworzyła nowe szanse dla rozwoju biznesu poprzez zastosowanie jednolitej strategii w kilku krajach jednocześnie.

Centralna infrastruktura techniczna EDI

W obliczu coraz większej konkurencji na rynku niezwykle istotnym elementem optymalizacji w przedsiębiorstwie są koszty dostarczenia produktu na rynek. P&G doceniając w pełni korzyści jakie można osiągnąć dzięki zastosowaniu elektronicznej wymiany dokumentów uczynił ten obszar jednym ze swoich strategicznych. Powstała w związku z tym scentralizowana infrastruktura techniczna dedykowana do EDI (rysunek. 1).



Rysunek 1. Centralna infrastruktura EDI w Procter & Gamble

P&G w pełni wykorzystuje możliwości, jakie niesie ze sobą „zanik odległości między komputerami”, grupując w poszczególnych lokalizacjach różne komponenty systemu i łącząc je między sobą firmowym Intranetem.

EDI w Procter & Gamble Polska Sp. z o.o.

W specjalnym centrum komputerowym należącym do P&G (jedno z najnowocześniejszych w Europie) zlokalizowanym w Brukseli, znajdują się komputery typu Mainframe z oprogramowaniem do mapowania i translacji wiadomości między formatem EDIFACT, a wewnętrznym formatem P&G. Komputery te podłączone są do sieci VAN (Value Added Network) kilku największych dostawców tego typu usług. Zapewnia to duże bezpieczeństwo systemu oraz jego niezawodność.

Grupa specjalistów wspomagająca techniczną stronę całości procesów związanych z EDI zlokalizowana jest w Schwabach (w Niemczech). Grupa ta zajmuje się codzienną kontrolą nad prawidłowością działania systemu, modyfikacjami specyfikacji dokumentów EDI, a także rozwojem nowych wiadomości zgodnie z potrzebami biznesowymi.

W poszczególnych krajach pracownicy działu obsługi klienta P&G procesują zamówienia, które automatycznie trafiają do systemu OSB (Order Shipping Billing).

Takie podejście uwalnia firmę od inwestowania w sprzęt i oprogramowanie oraz zatrudniania i szkolenia specjalistów obsługujących techniczną stronę systemu w poszczególnych krajach. Koszty jednej grupy obsługującej serwery w Brukseli i jednej wspomagającej sam system dzielone są między wszystkie europejskie kraje korzystające z EDI.

Dodatkowo obok infrastruktury centralnej niektóre kraje dla pewnych specyficznych wymagań stosują lokalne rozwiązania na małą skalę. W Polsce znajduje się takie rozwiązanie (na komputerze klasy PC) do odbioru wiadomości EDIFACT z sieci VAN oraz ich mapowania do formatu wewnętrznego dla wiadomości typu raport magazynowy (INVRPT).

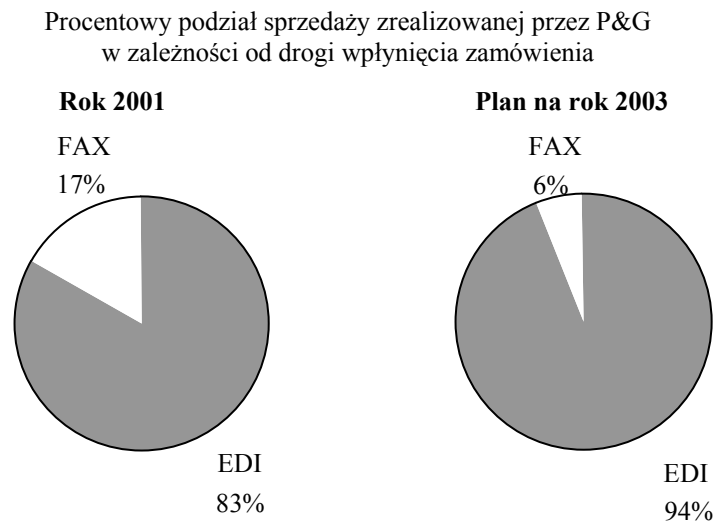
P&G i EDI w Polsce

Mając doświadczenie z innych krajów europejskich, jak i z rynku amerykańskiego Procter & Gamble był w Polsce pionierem stosowania EDI we współpracy między producentami a dużymi sieciami handlowymi oraz dystrybutorami. Posiadając potężne zaplecze specjalistów oraz rozbudowaną i niezawodną infrastrukturę, mając jednocześnie na uwadze bezpieczeństwo i elastyczność komunikacji, firma zdecydowała się skorzystać z korporacyjnego rozwiązania oraz przyjmując rozpowszechnione i ogólnie przyjęte na Zachodzie specyfikacje dokumentów w standardzie EANCOM. Dodatkowym argumentem przemawiającym za przyjęciem specyfikacji stosowanych w krajach takich jak Niemcy, Belgia czy Francja był brak specyfikacji przyjętych czy stosowanych na rynku polskim (w handlu między producentami a dystrybutorami czy sieciami detalicznymi).

P&G jako pierwszy na polskim rynku wprowadził w pełni zautomatyzowany system składania **zamówień (ORDER)** w swojej sieci dystrybutorów. Stosunkowo szybko udało się również rozszerzyć współpracę w tej dziedzinie na duże sieci handlowe. Pierwsze zamówienie w formacie EDIFACT trafiło do P&G Polska już

Mateusz Urban

w roku 1996. Kolejne lata stały pod znakiem rozwoju elektronicznej wymiany dokumentów oraz propagowania korzyści biznesowych płynących z rozbudowanych i skalowanych rozwiązań. Firma stosunkowo szybko osiągnęła masę krytyczną pozwalającą osiągnąć dużą skalę korzyści – rysunek 2 przedstawia procentowy udział sprzedaży zrealizowanej dla zamówień przesłanych EDI w roku 2001 oraz plan na rok 2003.



Rysunek 2. Sprzedaż w zależności od drogi wpłynięcia zamówień

Dodać należy tu, iż w przypadku zamówienia nie ma prawnych przepisów nakazujących wymianę papierowych dokumentów, co przy pełnym wdrożeniu EDI pozwala stronom zupełnie zastąpić je elektronicznymi odpowiednikami.

Drugim po zamówieniu dokumentem wdrażanym przez P&G była **faktura (INVOIC)**. Partnerzy firmy dostrzegając korzyści płynące z rozszerzania systemów EDI zainteresowani byli otrzymywaniem faktur elektronicznych. Pierwsze projekty w tej dziedzinie rozpoczęto w roku 1999. Tu w odróżnieniu od zamówienia nie można pozwolić sobie na wyeliminowanie wysyłki papierowych dokumentów, jednak nic nie stoi na przeszkodzie, aby samo czytanie pozycji faktury odbyło się z wersji elektronicznej. Dodatkowo biorąc pod uwagę trendy światowe oraz pierwsze kroki polskich ustawodawców (Ustawa o podpisie elektronicznym) należy spodziewać się, iż również przy wymianie faktur możliwe będzie zrezygnowanie z drukowania i wysyłania dokumentów papierowych.

Kolejny dokument, jaki P&G wymienia ze swoimi partnerami to **raport magazynowy (INVRPT)**. O ile w przypadku dwóch wcześniejszych dokumentów

EDI w Procter & Gamble Polska Sp. z o.o.

mieliśmy do czynienia z zastąpieniem wersji papierowej o tyle w przypadku raportu magazynowego mamy do czynienia z czymś nowym, co może być podstawą do zupełnie nowego profilu współpracy między producentem, a dużą siecią handlową. Tego typu projekty możliwe są tylko partnerami, których struktury są zrównoważone pod względem funkcyjnym, gdzie działy takie jak logistyka czy IT mają spory wpływ na kierunki biznesu i są w stanie dostrzec i wykorzystać korzyści płynące z rozwiązań typu VMI (Vendor Managed Inventory) gdzie producent bierze na siebie odpowiedzialność za produkt w całym łańcuch dostaw począwszy od fabryki poprzez centrum dystrybucji sprzedawcy, a na konsumencie skończywszy.

Warunki sukcesu

Korzyści biznesowe, jakie może osiągnąć firma posiadając profesjonalne, skalowane rozwiązanie EDI są niezwykle duże należy jednak zauważyć, iż wpływ na poziom tych korzyści ma kilka czynników, które można podzielić na wewnętrzne (należące w dużym stopniu od firmy) i na zewnętrzne (zależące od otoczenia, w jakim funkcjonuje firma):

Czynniki wewnętrzne

Rodzaj rozwiązania – największe korzyści można osiągnąć stosując rozwiązanie skalowane, pozwalające łatwo dołączać nowych partnerów oraz w pełni zintegrowane z funkcjonującym w firmie systemem informatycznym, co jest warunkiem 100% automatyzacji pracy.

Ilość partnerów wymieniających dokumenty elektroniczne – aby szybko dostrzec korzyści na rachunku zysków i strat firmy niezbędna jest pewna masa krytyczna partnerów obsługiwanych drogą elektroniczną, trudno tu mówić o konkretnych liczbach gdyż kwestia ta w bardzo dużym stopniu zależy od specyfiki firmy, np. w firmie, w której są dwie osoby odpowiedzialne za obsługę faktur otrzymywanie 10% faktur drogą elektroniczną nie przyniesie natychmiastowych i rewolucyjnych oszczędności, ale w firmie, w której osób takich jest 20, te 10% przekłada się już na pracę 2 osób, które mogą być oddelegowane do innych zadań.

Czynniki zewnętrzne

Stopień standaryzacji dokumentów w kraju – istotną techniczną kwestią jest przyjęty standard wiadomości i jego powszechność wśród podmiotów funkcjonujących na danym rynku. Dodatkowym aspektem jest tu zakres specyfikacji poszczególnych dokumentów, wprowadzenie ograniczonej i w pełni zdefiniowanej specyfikacji dla każdego rodzaju dokumentu wśród wszystkich podmiotów gospodarczych z danej branży pozwala w bardzo istotny sposób uprościć obsługę systemu (jedna / kilka map translacyjnych) oraz ułatwić dołączanie kolejnych partnerów. Co więcej tego rodzaju konsolidacja w zakresie standardu i specyfikacji wymienianych dokumentów, jest jednym z kluczowych czynników ułatwiających

Mateusz Urban

rozwój rozwiązań E-Commerce, czyniąc EDIFACT potencjalnie pierwszym i podstawowym formatem wymiany danych.

Korzyści

Korzyści, jakie firma może osiągnąć dzięki EDI można podzielić na trzy obszary: korzyści operacyjne, taktyczne i strategiczne. Opis wybranych korzyści z poszczególnych obszarów znajduje się w poniższej tabeli.

<i>Korzyści operacyjne</i>	Obniżenie bezpośrednich kosztów zamówienia (czy faktury) poprzez skrócenie czasu procesowania zamówień. Średni czas procesowania zamówienia papierowego (15–20 linii) wynosi 5–8 minut, należy tu zauważyć, iż od tej średniej zdążają się istotne odchylenia, w sytuacjach wyjątkowych takich jak np. brak numeru na zamówieniu, czy słaba jakość faksu, kiedy konieczny jest telefoniczny kontakt z zamawiającym, czas procesowania może ulec istotnemu wydłużeniu. W przypadku zamówień elektronicznych, które automatycznie ładowane są do systemu średni czas procesowania zamówień to około 30–50 s, a ilość sytuacji wyjątkowych zredukowana jest do minimum, co powoduje, iż odchylenia od średniego czasu są niewielkie.
<i>Korzyści taktyczne</i>	Poprawa współpracy poprzez skrócenie czasu realizacji zamówień i ograniczenie ilości błędów . Eliminacja błędów w zamówieniach oraz istotne skrócenie czasu realizacji zamówień pozwala na bardzo wyraźną poprawę współpracy między partnerami i wzrost zaufania. Zaowocować to może wprowadzeniem nowych zasad współpracy, modyfikacją częstotliwości i wielkości zamówień optymalizującą wielkość magazynów u klienta. Lepsze wykorzystanie zasobów ludzkich . Wylimitowanie konieczności ręcznego wprowadzania zamówień czy faktur do systemu pozwala na lepsze i efektywniejsze alokowanie wolnych zasobów ludzkich.
<i>Korzyści strategiczne</i>	Techniczna gotowość na przystąpienie do przedsięwzięć typu E-marketplace . Rozwiązania typu E-marketplace wymagać będą od ich użytkowników wysyłania i odbierania dokumentów handlowych. Firma, która posiada rozwiązanie EDI z pełną integracją z systemem informatycznym nie będzie musiała ponosić kosztów przygotowania swoich systemów do importu i eksportu dokumentów o standardowym formacie. VMI Vendor Managed Inventory . Zupełnie nowy na polskim rynku model współpracy pozwalający na podniesienie sprzedaży poprzez ograniczenie braków magazynowych oraz ograniczenie kosztów poprzez obniżenie stanów magazynowych. Wzmocnienie współpracy między partnerami . Często projekty EDI są pierwszymi, które pozwalają, na ewolucję współpracy ze zwykłych kontaktów handlowych między działem sprzedaży i zakupów, do wspólnego prowadzenia ważnych dla obu stron projektów, angażujących pracę przedstawicieli różnych funkcji.

EDI w Procter & Gamble Polska Sp. z o.o.

Należy podkreślić tu fakt, iż powyższe korzyści odnoszą się do obu stron elektronicznej wymiany dokumentów, zarówno sieci handlowe jak i producenci w równym stopniu mogą odnieść korzyści ze stosowania skalowanych w pełni zintegrowanych rozwiązań EDI.

Podsumowanie

Mimo, iż niektórzy sceptycy już kilka lat temu mówili o końcu ery EDI i zastąpieniu go mało sprecyzowanymi rozwiązaniami internetowymi, Procter & Gamble jak i jego partnerzy nadal odnoszą korzyści ze stosowania klasycznego EDI. Co więcej kolejne firmy zaczynają rozumieć, iż kluczowa funkcjonalność systemu elektronicznej wymiany dokumentów to możliwość importu i eksportu z systemu informatycznego dokumentów w ogólnie przyjętym standardzie, a czy adresatem tych dokumentów będzie konkretny partner handlowy czy E-marketplace jest kwestią wtórną.

Bardzo optymistycznym prognozą dla EDI w Polsce jest fakt zainteresowania firm rozszerzaniem funkcjonalności rozwiązań EDI o kolejne dokumenty. Coraz częściej pojawiają się zapytania o korzyści z wdrożenia takich dokumentów jak: awizo dostawy (DESADV), cennik (PRICAT) czy raport magazynowy (INVRPT).

Pojawiają się również pierwsze oficjalne próby uporządkowania kwestii specyfikacji dokumentów w Polsce. Procter & Gamble jest zwolennikiem tego typu działań i bardzo aktywnie w nich uczestniczy.