

DO KUPCA Z EAN STANDARDI

SANA je slovensko združenje za numeriranje artiklov. Je nacionalna organizacija mednarodnega združenja EAN Internacional, ki skrbi za uvajanje in uporabo mednarodnih standardov, s katerimi je mogoče zmanjšati stroške v preskrbovalnih verigah. V Sloveniji ima okrog 3.000 članic. Deluje kot interesno združenje v okviru Gospodarske zbornice Slovenije. O uporabi EAN standardov in ciljih združenja SANA smo se pogovarjali s sekretarjem združenja Francem Kogovškom.

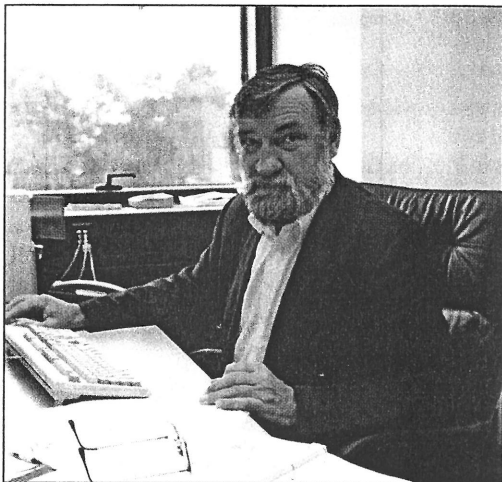


Foto: S. Plavovski - Vitrum

Franc Kogovšek, sekretar združenja SANA: "Slovensko združenje SANA je naročilo študijo za delovanje strategije ECR Sloveniji. Rezultati kažejo, da so 9,7 odstotka končne cene stroški, ki bi jih poslovne povezave z uvedbo ECR lahko odpravile."

FRANC KOGOVŠEK: Večina naših članic uporablja le najosnovnejše simbole, s katerimi označujejo svoje artikle. V petindvajsetih letih, kolikor ta sistem črtnih kod obstaja, so razvili nove aplikacije, uvedli nove podatke, s katerimi spremljajo te enote. V svetu se zavedajo, da je zmanjševanje stroškov najpomembnejša stvar preživetja, zato uvajajo ta novejša sredstva in posredno prisilijo tudi naše dobavitelje, da jih začnejo uvajati v svoje poslovanje. Na ta način nastaja integralen sistem logistike, ki ga uporabljajo v več kot 90 državah sveta, pričakovati pa je, da bodo tudi ostale države pristopile v organizacijo.

GG: Ali združenje SANA spodbuja članice k osvajanju novih aplikacij?

FRANC KOGOVŠEK: Za letošnje leto si je SANA zastavila nalogo, da temeljiteje predstavi standard EANCOM in spodbudi svoje članice k podpisu neke vrste nacionalnega sporazuma, s katerim se bodo podjetja obvezala, da bodo pri načrtovanju računalniške izmenjave podatkov upoštevala ta standard. Gre za to, da poenotimo aplikacije računalniške izmenjave podatkov. Marsikje namreč že uporabljajo aplikacije, ki jih priredijo povsem zase. S poenotenjem lahko pričakujemo hitrejše povezovanje podjetij, tako doma, kot s partnerji v tujini. Zavedati se moramo, da

ves svet teži k računalniški podpori poslovanja, pri čemer je to možno le na osnovi mednarodnih standardov.

GG: Kaj je to standard EANCOM?

FRANC KOGOVŠEK: EANCOM je podrobno navodilo, kako uporabljati sporočila, ki jih definira standard UN/EDIFACT. Zaradi poenotenja oziroma uvedbe skupnega jezika pri računalniški izmenjavi podatkov v svetu so v okviru OZN leta 1987 izdelali standard UN/EDIFACT z mednarodno sprejetimi sporočili. V mednarodnem združenju EAN so menili, da je standard EDI-

FACT presplošen in preobširen za dnevno rabo, zato so pripravili ožji standard, v katerega so vključili le tista standardna sporočila, ki prihajajo v poštev pri poslovanju preskrbovalnih verig. To je standard EANCOM, ki govori o tem, kako uporabljati standard EDIFACT v poslovnih verigah proizvodnja, špedicija, trgovina, banke ali agencije za plačilni promet. Vse države, članice sistema EAN, ta standard poznajo in svoje aplikacije RIPa slanjajo na ta standard, kar pomeni, da so uporabniški profili dogovarjanja med posameznimi uporabniki enako razumljivi in uporabni za katerokoli podjetje v katerikoli državi.

GG: Kako spodbujate slovensko članstvo k uvajanju EANCOMA?

FRANC KOGOVŠEK: Našim članom posredujemo standard v pisni obliki ali na internetu v obliki računalniškega zapisa, poleg tega pa nudimo podporo pri organiziranju skupin uporabnikov, ki želijo sodelovati, in poskrbimo, da so dogovori in dokumenti strogo v skladu z EDIFACT standardi. Prvi tak primer je bilo podjetje Petrol trgovina, ki je ob pomoči SANE organiziralo z desetimi podjetji porabniško skupino, s katero bi vzpostavilo tak način poslovanja. Za EANCOM so pripravili, v angleščini, tudi jasno definicijo

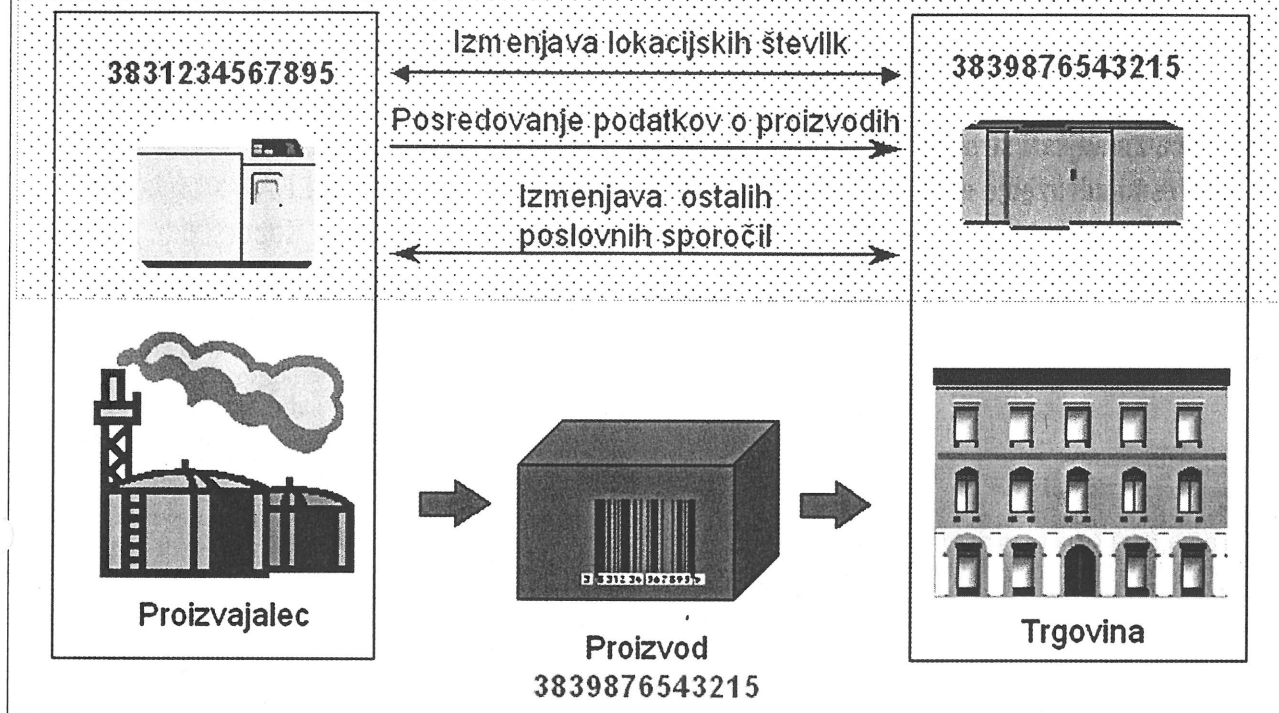
najbolj pomembnih sporočil in razlago, kako se enostavno, učinkovito ter brez napak izmenjujejo podatki v preskrbovalnih verigah po svetu. Zdaj Sana pripravlja tudi prevod devetih najpomembnejših sporočil, kot so naročilo, obvestilo o dobavitelju, račun, cenik / katalog, podatki o stranki itd. Upamo, da bomo s prevodom še pospešili uvajanje EANCOMA.

GG: Kako je v drugih državah, imajo že izkušnje z uporabo EANCOMA?

FRANC KOGOVŠEK: Zanimiv je primer Danske. Družba Co-op Denmark za trgovino na drobno in debelo, ki ima 7 verig prodajaln, vsako s specifičnim programom, že od leta 1989 razvija uporabo standarda EANCOM v poslovanju. Vsako jutro pošlje okrog 400 dobaviteljev svoje blago in potrebne dokumente, vsi dokumenti so procesirani in blago prevzeto ter v trgovini v najkrajšem času. Čeprav se vsi zavedajo, da trenutno RIP tehnologija še ni povsem absolutno zanesljiva, da ni elektronskih podpisov, da ni pravno pokrit posel, je očitno, da je prihranek tako velik, da zlahka tvegajo tudi to. Co-op navaja svoje dobavitelje na ta novi način poslovanja tudi tako, da za vsako postavko v naročilu, računu ali drugih dokumentih, ki niso obdelani v tehnologiji RIP, zaračuna strošek 1,5 danske marke. To seveda navaja tudi ostale k uvajanju RIP tehnologije.

Študija je pokazala, da so bili z uvedbo strategije ECR skupni stroški obratovanja nižji za 9 odstotkov, končne cene izdelka in stroški financiranja pa nižji za dodatnih 1,8 odstotka. Skupaj bi bilo možno spustiti ceno v maloprodaji kar za 10,8 odstotka.

RIP po standardu EANCOM



GG: Je v svetu uvajanje novih tehnologij v poslovanju v porastu?

FRANC KOGOVŠEK: Svetovne preskrbovalne verige iščejo najustreznejše oblike poslovnega sodelovanja, da bi čimbolj zmanjšale stroške poslovanja in ponudile kupcem blago po čim nižjih, konkurenčnih cenah. Primer nastajanja povezav med različnimi udeleženci preskrbovalnih verig je nastanek nove poslovne strategije ECR (Efficient Consumer Response), ki povezuje različne udeležence preskrbovalnih verig v enotno podjetje s ciljem odstraniti vse nepotrebne stroške in omogočiti kupcu ugodne cene. Tesne povezave ne bi bile možne brez standardov za označevanje prodajnih enot, kot tudi standardov za računalniško izmenjavo podatkov.

GG: Kakšni so rezultati uporabe strategije ECR?

FRANC KOGOVŠEK: Pred štirimi leti so strategijo ECR začeli uveljavljati v preskrbovalnih verigah severne Amerike. Študija je pokazala, da so bili z uvedbo strategije ECR skupni stroški obratovanja manjši za 9 odstotkov, končne cene izdelka in stroški financiranja pa manjši za dodatnih 1,8 odstotka. Skupaj bi bilo možno spustiti ceno v maloprodaji kar za 10,8 odstotka. Možnosti racionalizacije so proučevala tudi največja evropska podjetja. Študija je pokazala, da bi lahko povprečna veriga s špecerijskim blagom ponudila blago končnemu kupcu za okrog 7 odstotkov nižjo

ceno. Slovensko združenje SANA je v letu 1997 pri Deloitte&Touche iz Ljubljane naročilo študijo, katere namen je bil pripraviti prevod strategije ECR in ugotoviti, kako bi delovala v slovenskem poslovnem prostoru. S svojimi podatki je sodelovalo devet pomembnih slovenskih proizvodnih in trgovskih podjetij. Ugotovili so, da so 9,7 odstotka končne cene stroški, ki bi jih poslovne povezave z uvedbo ECR lahko odpravile. Študijo z opisom strategije ECR in analizo smo izdali v knjigi, ki je pravkar izšla.

GG: In kakšne so lahko posledice, če ne bomo sledili svetovnim trendom?

FRANC KOGOVŠEK: V vzhodnih državah, kot

so Češka, Poljska in Madžarska zelo intenzivno poteka projekt uvajanja poslovne strategije ECR tako, da multinacionalke kot Procter & Gamber uvaja osnovne tehnike ECR skupaj z največjimi lokalnimi trgovskimi podjetji. Razumljivo je, da bodo tako dodatno zmanjšali stroške distribucije in prodaje, kar bo še v večji meri izrinilo domačo proizvodnjo tovrstnih proizvodov. To se lahko dogodi tudi pri nas. Velike trgovske firme, ki so že ali bodo zavzele svoj del v slovenskem trgovskem prostoru, že uvajajo poslovno strategijo ECR z največjimi svetovnimi dobavitelji. Tako bodo imeli ti dobavitelji prednost pred našimi proizvajalci tudi na slovenskem trgu.

ER

