

■ Adam Steć



B2B, czyli e-biznes

– szansą na poprawę konkurencyjności

W ostatnim czasie projekty oparte na obustronnej współpracy przedsiębiorstw z wykorzystaniem elektronicznego obiegu informacji zyskują coraz większą popularność. Stanowią one bowiem mocny impuls w optymalizacji wewnętrznych procesów administracyjnych i logistycznych. Oczywiście sam impuls nie daje gwarancji optymalizacji, ale rozpoczyna proces analizy obecnej sytuacji i opracowania planu dojścia do celu, jakim jest sprostanie nowoczesnym standardom zarządzania.

Czym jest B2B?

B2B (*Business to Business*) to ogół procesów związanych z obsługą powiązań pomiędzy firmami, realizowanych drogą elektroniczną. Platformą jest Internet powiązany z elektronicznymi systemami wymiany informacji; B2B działa przy wykorzystaniu mediów elektronicznych. Wymogiem koniecznym jest identyfikacja uczestników procesu komunikacji: anonimowy użytkownik nie ma dostępu do systemu B2B. Najczęściej tego typu systemy tworzone są na podstawie umów zawartych pomiędzy zainteresowanymi podmiotami.

Spektrum zastosowania B2B w przedsiębiorstwie

Możliwości zastosowania systemu B2B w przedsiębiorstwie z technologicznego punktu widzenia są nieograniczone – oczywiście przy odpowiednim zapleczu technicznym. Z powodów praktycznych w niniejszym opracowaniu skoncentruję się na przedstawieniu najpopularniejszych elementów tworzących platformę B2B, które mogą funkcjonować samodzielnie albo łącznie.

Oferty zaopatrzenia

W praktyce proces zaopatrzenia najczęściej rozpoczyna się od skierowania do potencjalnego dostawcy tzw. zapytania ofertowego. W takim zapytaniu określamy dokładnie, jaki towar chcielibyśmy zakupić, w jakich jednostkach, określana jest jego ilość i termin dostawy. Najczęściej organizacja tego typu procesu realizowana jest klasycznie, tzw. przy wykorzystaniu telefonu, poczty elektronicznej, faksu, etc., co wymaga zaangażowania czasowego i personalnego oraz generuje błędy wykrywane *post factum*. Wykorzystywane formaty to zapytanie ofertowe **REQOTE** (*offer inquiry*). Dzięki temu cały proces komunikacji w tym zakresie pomiędzy partnerami biznesowymi odbywa się elektronicznie, tzn. że systemy informatyczne partnerów komunikują się ze sobą według ściśle określonego formatu. Oferta handlowa może występować w postaci elektronicznego dokumentu **QUOTES** (*quotation*) – trafia do systemu, który automatycznie interpretuje komunikat i udostępnia go użytkownikowi, pracownikowi odpowiedzialnemu za porównanie ofert i wybór najlepszej z nich. System wspiera ten proces, analizując poszczególne oferty, i podpowiada najlepszą, spełniającą zadane kryteria.

Składanie zamówień u dostawcy

W odpowiedzi na ofertę handlową składane jest zamówienie. W elektronicznym

komunikacie **ORDERS** (*purchase order*) realizowany jest fakt złożenia zamówienia na dany towar lub usługę, jednocześnie następuje potwierdzenie wielkości, terminu, miejsca dostawy. Częsta praktyka B2B to składanie zamówienia na podstawie wcześniejszych ofert; jednak nie jest to wymóg konieczny. Zamówienie elektroniczne może być bowiem złożone bez wcześniejszej oferty. Jest to kwestia organizacyjna, a nie techniczna. Ten komunikat może być również wykorzystany do przesłania wymagań dotyczących pakowania i etykietowania towarów.

Awizo dostawy i przyjęcie faktur

W momencie przyjęcia dostawy u kupującego następuje jej weryfikacja i porównanie z zamówieniem. Efektem takiego procesu jest potwierdzenie, czyli awizo dostawy, w którym zawarte są ewentualne różnice, uwagi, etc. Dokument stworzony według komunikatu **RECADV** (*receipt advice*) informuje sprzedającego, jakie towary kupujący odebrał i zaakceptował w ramach danej dostawy.

Częstym zastosowaniem w praktyce cieszą się czytniki kodów kreskowych, służące do odczytania etykiet z kodem kreskowym umieszczonych na opakowaniach wysyłkowych. Po weryfikacji i przekazaniu elektronicznego doku-



na skróty

- Taniej – ograniczenie kosztów
- Szybciej – elektroniczna komunikacja z partnerem biznesowym
- Dokładniej – optymalizacja procesów

mentu przez kupującego sprzedający ma możliwość porównania listy zamawianych i wysłanych towarów z listą towarów odebranych i zaakceptowanych przez kupującego. W dokumencie tym można zawrzeć informacje o ewentualnych stratach powstałych w trakcie dostawy oraz wskazania dalszych działań. Na podstawie tego dokumentu sprzedający może przygotować fakturę.

Przyjmowanie zamówień klientów

Analogicznie do składania zamówień u dostawców klienci mogą bezpapierowo i elektronicznie składać zamówienia. Na bazie wymiany elektronicznych dokumentów w formacie **ORDERS** (*purchase order message*) systemy obu partnerów komunikują się automatycznie. Zakres, czyli: jaki towar lub usługę chcemy nabyć, w jakiej ilości, w jakiej cenie, w jakim terminie, gdzie ma być dostarczony, itd., jest zbliżony do tego przy zamówieniach dla dostawców. Stosowaną tutaj praktyką jest składanie codziennych zamówień z ogólną regułą: jedna dostawa, jeden termin, jedno miejsce dostawy.

Awizo wysyłki

Jest to dokument zawierający specyfikację towarów przesyłanych kupującemu. Do obsługi wykorzystujemy komu-

nikat **DESADV** (*dispatch advice*). Jeden dokument opisuje jeden ładunek, który może być dostarczony do jednego lub więcej miejsc. Informacje przekazane odbierającemu/kupującemu umożliwiają przygotowanie się do obioru towarów.

Fakturowanie

Na skutek realizacji usługi lub dostarczenia towaru pojawia się obowiązek podatkowy sprzedającego. W związku z tym musi zostać wystawiona faktura. Wykorzystanie formatu elektronicznej faktury **INVOIC** (*invoice*) wzywa do zapłaty według ustalonych wcześniej warunków handlowych. Format ten może być również wykorzystywany do przesyłania faktur pro-forma, not kredytowych/debetowych. Zastąpienie papierowego formatu faktury jej elektronicznym odpowiednikiem eliminuje szereg manualnych czynności, dane pobierane są i przetwarzane automatycznie.

Opisane powyżej przykłady zastosowania elektronicznej wymiany informacji w określonym formacie nie wyczerpują w pełni spektrum możliwości. Dzięki standardom wymiany informacji, jak **UN/EDIFACT** (*Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport*) lub **EANCOM**, podana jest norma, za pomocą której można odwzorować wszystkie procesy przedsiębiorstwa. W przypadku procesów logistycznych/

transportowych mamy do dyspozycji wykraczające daleko poza granice przedsiębiorstwa systemy kodowania GS1 (dawniej EAN). Są one coraz częściej wykorzystywane do znakowania własnych wyrobów. Sieci handlowe bardzo często wymagają wręcz stosowania etykiet logistycznych zgodnych ze standardem GS1. ■

Korzyści płynące ze stosowania systemu B2B

- zmniejszenie do minimum pracochłonności opracowania danych i generowania dokumentów,
- uniknięcie powtarzania tych samych błędów, pytań zwrotnych, korygowania, itp.,
- redukcja opłat pocztowych i mniejsze zużycie papieru/kopert/toneru etc.,
- ograniczenie kosztów telekomunikacyjnych,
- częściowe lub całkowite zautomatyzowanie kompleksowych procesów przedsiębiorstwa,
- przyspieszenie procesów przedsiębiorstwa,
- krótsze zamrożenie kapitału i lepsza płynność finansowa,
- aktualność i sprawdzona jakość informacji.

