



Handledning för ESAP 22

Inköps- och försäljningsprognos
2013-05-14

GS1 Sweden AB
Box 1178, 111 91 Stockholm
Besök: Västra Järnväggsgatan 15, 12 tr
T +46 8 50 10 10 00

www.gs1.se

Innehåll

1	Om handledningen	1
1.1	Syfte och målgrupp	1
1.2	Att beskriva en affärsprocess	1
1.2.1	En affärsprocess är uppbyggd av samverkansprocesser	2
1.2.2	En samverkansprocess beskriver hur parterna samverkar	2
1.2.3	Ett dokumentutbyte beskriver hur parterna utbyter ett affärsdokument	2
1.2.4	En affärsdokumentspecifikation beskriver innehållet i ett affärsdokument	2
1.3	Läsanvisningar	2
2	Sammanfattning av Inköps- och försäljningsprognos, ESAP 22	4
3	Utbyta inköpsprognos för butik	5
3.1	Samverkansprocessen i korthet	5
3.1.1	Initialvillkor	6
3.1.2	Avslutsvillkor	6
3.2	Genomförande	6
3.2.1	Meddela inköpsprognos, butik	6
3.2.2	Bekräfta/avslå inköpsprognos, butik	7
3.3	Affärsdokumentspecifikationer	8
3.3.1	Inköpsprognos, butik	8
3.3.2	Bekräftelse av inköpsprognos, butik	9
	Appendix 1: Mottagning av affärsdokument samt hantering av avvikelser	11
1.1	Mottagning och teknisk validering	11
1.2	Hantering av avvikelser	11

1 Om handledningen

1.1 Syfte och målgrupp

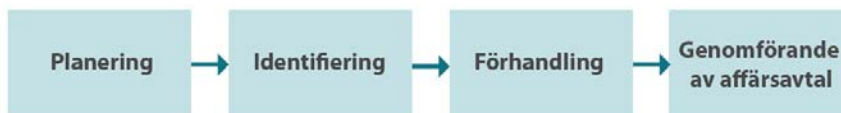
Handledningen beskriver ESAP 22. Den är tänkt att vara ett hjälpmedel när ESAP 22 ska införas i en verksamhet. Handledningen riktar sig till:

- Sakkunniga från den operativa verksamheten där ESAP 22 ska införas. Handledningen kan fungera som ett stöd för att identifiera de ändringar och kompletteringar som behöver göras i verksamheten.
- Systemutvecklare som ska anpassa affärssystem, tillämpningar och övrig mjukvara.

1.2 Att beskriva en affärsprocess

GS1 Swedens modell för att beskriva en affärsprocess, och som används i handledningen, bygger på Common Business Process Catalog (CBPC), UN/CEFACT Modeling Methodology.

CBPC identifierar och beskriver affärsprocesser på en generell nivå. Enligt CBPC går en affärsprocess igenom ett antal faser:

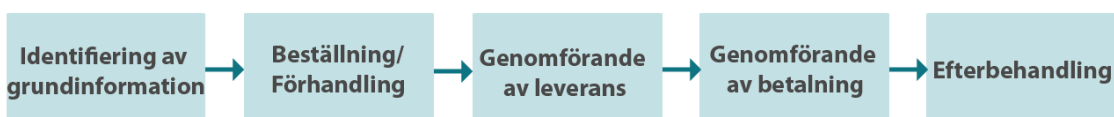


Figur 1.1. Faserna i en affärsprocess enligt GS1 Swedens affärsprocessmodell.

Enligt CBPC börjar en affärsprocess med en **planeringsfas**, då ett företag eller organisation planerar sin verksamhet. Därefter går processen vidare till **identifieringsfasen**, där företaget eller organisationen identifierar vilka parter som är lämpliga att etablera en affärsrelation med för att verksamheten ska kunna bedrivas.

Affärsprocessen fortsätter sedan till **förhandlingsfasen**, då två parter som vill etablera en affärsrelation tecknar ett ramavtal eller affärsavtal. I avtalet anges bland annat överenskommelser om varan eller tjänsten som ska levereras, pris, leverans- och betalningsvillkor. I fasen **Genomförande av affärsavtal** uppfyller parterna vad de åtagit sig enligt ram- eller affärsavtalet.

Genomförandefasen är uppdelad i delfaser:



Figur 1.2. Delfaserna i fasen "Genomförande av affärsavtal".

I fasen **Identifiering av grundinformation** utbyter köpare och säljare kompletterande information om bland annat parter och leveransställen samt pris- och sortimentsinformation.

I fasen **Beställning/Förhandling** gör köparen en beställning eller ett avrop i enlighet med vad som överenskommit i ram- eller affärsavtalet. Leverantören åtar sig att leverera i enlighet med vad som överenskommit i avtalet. Köparen åtar sig att kompensera leverantören för levererad vara eller utförd tjänst.

I fasen **Genomförande av leverans** genomförs leveransen enligt vad parterna kom överens om i fasen Beställning/Förhandling.

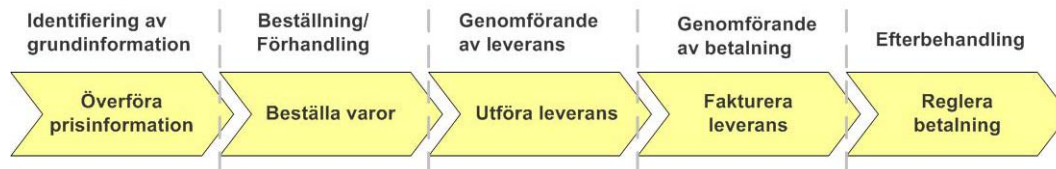
I fasen **Genomförande av betalning** genomförs betalning för levererad vara eller utförd tjänst enligt vad parterna kom överens om i fasen Beställning/Förhandling.

I fasen **Efterbehandling** ingår alla aktiviteter och händelser som inträffar efter att överenskomna varor eller tjänster har, eller skulle ha, levererats. Det kan handla om att hantera panter och returerna eller olika garantiåtaganden.

Alla de standardiserade affärsprocesser för elektronisk handel som GS1 har utvecklat tillsammans med användarna befinner sig i fasen Genomförande av affärsavtal och går alltså igenom de delfaser som denna fas innehåller.

1.2.1 En affärsprocess är uppbyggd av samverkansprocesser

Enligt GS1 Swedens modell för att beskriva en affärsprocess, består en affärsprocess av ett antal samverkansprocesser, som löper genom delfaserna i Genomförande av affärsavtal.



Figur 1.3. Exempel på en affärsprocess som är uppbyggd av samverkansprocesser. Affärsprocessen löper igenom delfaserna i genomförandefasen.

1.2.2 En samverkansprocess beskriver hur parterna samverkar

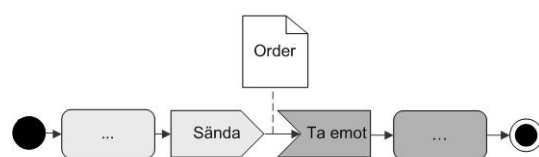
En samverkansprocess beskriver hur parterna samverkar och utbyter information inom ett visst område, till exempel att beställa varor. Informationen som parterna utbyter är främst i form av elektroniska affärsdokument.



Figur 1.4. Illustration av en samverkansprocess.

1.2.3 Ett dokumentutbyte beskriver hur parterna utbyter ett affärsdokument

I en samverkansprocess ingår ett eller flera dokumentutbyten. Ett dokumentutbyte beskriver steg för steg vad sändaren och mottagaren bör göra innan ett affärsdokument sänds och tas emot. Det kan till exempel handla om att affärsdokumentet bör godkännas av en behörig innan det sänds och vilka kontroller av innehållet i affärsdokumentet som mottagaren bör göra. Dokumentutbytet sätter på så sätt in affärsdokumentet i sitt sammanhang.



Figur 1.5. Illustration av ett dokumentutbyte.

1.2.4 En affärsdokumentspecifikation beskriver innehållet i ett affärsdokument

En affärsdokumentspecifikation är en beskrivning av vilken information som ska ingå i det elektroniska affärsdokument som parterna utbyter. Genom att utforma det elektroniska affärsdokumentet för till exempel en order enligt affärsdokumentspecifikationen för en order, kan parterna vara säkra på att systemen tolkar den sända och mottagna informationen likadant.

1.3 Läsanvisningar

Varje samverkansprocess i affärsprocessen beskrivs i ett eget kapitel i handledningen. Ett kapitel kan till exempel beskriva samverkansprocessen att överföra partinformation. Varje kapitel innehåller oftast tre typer av underkapitel. Välj vilket eller vilka underkapitel du vill läsa utgående från vilken sorts information du behöver:

- **Samverkansprocessen i korthet** ger en överblick över hur samverkansprocessen genomförs. Här ges en kort beskrivning av samverkansprocessen från start till slut, vilka villkor som måste vara uppfyllda innan processen kan börja och vilka affärsdokument som ingår. Informationen kan hjälpa verksamhetsansvariga att identifiera de ändringar och kompletteringar som behöver göras i verksamheten för att den ska fungera optimalt.
- **Genomförande** beskriver mer detaljerat hur samverkansprocessen genomförs. Varje dokumentutbyte i samverkansprocessen beskrivs här i ett eget kapitel. Kapitlen beskriver steg för steg vad parterna bör göra och vad de behöver tänka på för att sända och ta emot de affärsdokument som ingår i samverkansprocessen. Informationen kan ge systemutvecklare en förståelse för hur affärssystemet ska implementeras för att hantera affärsdokumenten på ett korrekt och effektivt sätt, så att hela affärsprocessen löper smidigt.
- **Affärsdokumentspecifikationer** ger en överblick över vilken information som ingår i de affärsdokument som parterna utbyter. Här kan även finnas förtydliganden till hur en affärsdokumentspecifikation ska implementeras, samt länkar till exempel.

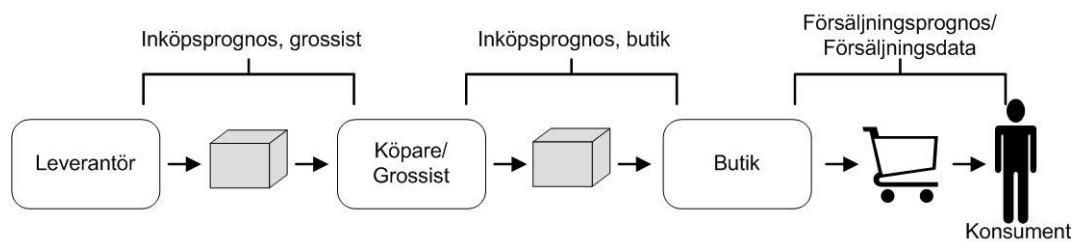
2 Sammanfattning av Inköps- och försäljningsprognos, ESAP 22

Inköps- och försäljningsprognos, ESAP 22, är en lösning för att utbyta prognoser och uppföljningsdata elektroniskt.

Inför en kampanjperiod, säsongperiod eller nyintroduktion av artikel kan parterna göra prognoser över hur stor försäljningsökningen förväntas bli. På så sätt underlättas planering av produktion och lagerhållning.

Efter kampanjen, säsongen eller nyintroduktionen kan köparen ge leverantören information om hur mycket som faktiskt såldes. Informationen kan användas till prognosuppföljning och produktionsplanering.

Följande prognoser och uppföljningsdata ingår i ESAP 22:



Figur 2.1. Prognoser och uppföljningsdata i ESAP 22.

Inköpsprognos, grossist är en uppskattning av hur stora volymer av artiklarna grossisten kommer att beställa från leverantören för att täcka sitt behov under kampanj-, säsong- eller nyintroduktionsperioden.

Inköpsprognos, butik är en uppskattning av hur stora volymer av artiklarna som butikerna kommer att behöva köpa in från grossisten för att täcka försäljningen under perioden. Prognosen gäller de butiker, till exempel en kedja, som ingår i kampanjen.

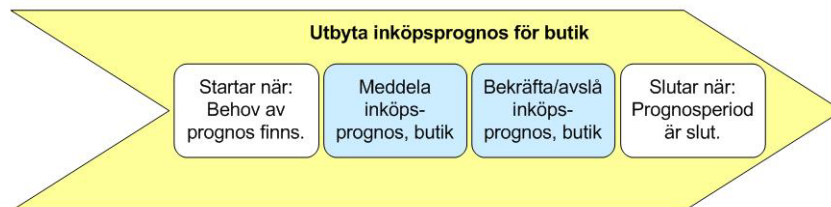
Försäljningsprognosen är en uppskattning av hur stora volymer av artiklarna som kommer att säljas till slutkonsument i de aktuella butikerna under perioden.

Försäljningsdata baseras på POS-data och visar hur stora volymer av artiklarna som faktiskt såldes till slutkonsument i de aktuella butikerna under perioden.

För närvarande finns meddelandet *Inköpsprognos, butik* färdigt att implementera för pilottester. I denna handledning beskrivs processen för att utbyta inköpsprognos för butik.

3 Utbyta inköpsprognos för butik

Inför en kampanjperiod, säsongperiod eller nyintroduktion av artikel görs en uppskattning av hur stora volymer av artiklarna som butikerna kommer att köpa in från grossisten för att täcka försäljningen under perioden. Köparen sänder prognosen till leverantören. Prognosen underlättar för leverantören att planera produktion och lagerhållning inför den förväntade försäljningsökningen.

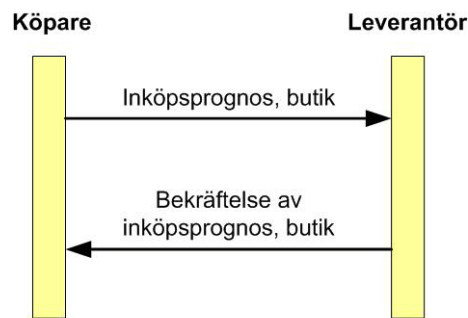


Figur 3.1. Karta för samverkansprocessen. De vita rutorna visar processens start- respektive sluttillstånd. De blå rutorna visar de delar som ingår i genomförandet av samverkansprocessen.

3.1 Samverkansprocessen i korthet

Processen startar när köparen (grossisten) arbetar fram en prognos. Därefter sker följande:

- 1 En lämplig tidsrymd innan kampanjperioden, säsongperioden eller nyintroduktionsperioden startar sänder köparen en Inköpsprognos, butik till leverantören. Parterna måste komma överens om vilka tidsgränser som ska gälla. Leverantören måste få prognosen i så pass god tid att han har användning av informationen i sin planering av produktion och lagerhållning. Samtidigt måste det vara så pass nära inpå perioden att köparen har underlag för att göra en rimlig prognos.
- 2 Leverantören tar emot prognosmeddelandet och validerar det, det vill säga kontrollerar att informationen i meddelandet är korrekt. Exempel på valideringspunkter är: att prognosinformationsnumret inte tidigare har använts av köparen, att angivna GTIN för artiklar är sådana som ingår i leverantörens sortiment.
- 3 Om valideringen visar att meddelandet inte är korrekt avslår leverantören meddelandet. Det betyder att leverantören inte kan godkänna prognosen. Leverantören kan avslå meddelandet antingen genom att sända en Bekräftelse av inköpsprognos, butik eller manuellt (det vill säga via telefon eller liknande).
- 4 Om valideringen visar att meddelandet är korrekt kan leverantören bekräfta meddelandet genom att sända en Bekräftelse av Inköpsprognos, butik. Det betyder att leverantören har tagit emot meddelandet i sitt system.
- 5 Köparen kan justera den ursprungliga prognosen genom att skicka en ny Inköpsprognos, butik till leverantören. Parterna bör ha kommit överens om vilka tidsgränser som ska gälla. En prognosjustering kan behövas om den ursprungliga prognosen av någon anledning inte längre anses gälla. Det kan till exempel handla om att man har beslutat att ändra på utformningen av reklamen inför en kampanj och därmed förväntar sig en ökad eller minskad försäljning jämfört med den ursprungliga prognosen. Parterna bör ha kommit överens om vilka förändringar som medför att en justerad prognos ska skickas. För varje justerad prognos kan leverantören svara med ett bekräftelsemeddelande.
- 6 Övrig kommunikation, som till exempel om leverantören vill meddela att denne inte kommer att kunna leverera alla artiklar och volymer som anges i prognosen, sker manuellt (det vill säga via telefon eller liknande).



Figur 3.2. Samverkan mellan köpare och leverantör. Pilarna visar de affärskommunikationsdokument som parterna utbyter.

3.1.1 Initialvillkor

För att samverkansprocessen ska fungera på bästa sätt, måste följande villkor vara uppfyllda innan parterna kan börja utbyta prognosinformation:

- 1 Affärsavtal finns upprättat mellan köpare och leverantör.
- 2 Grundinformation (avtals-, part-, artikel- och prisinformation) finns inlagda i parternas affärssystem.
- 3 Parterna är överens om inom vilka tidsgränser en prognos samt justerad prognos får skickas.
- 4 Parterna är överens om hur stora förändringar av den ursprungliga prognosen som krävs för att en justerad prognos ska skickas.
- 5 Parterna är överens om bekräftelsemeddelande ska användas eller inte.

3.1.2 Avslutsvillkor

Processen avslutas när följande villkor är uppfyllt:

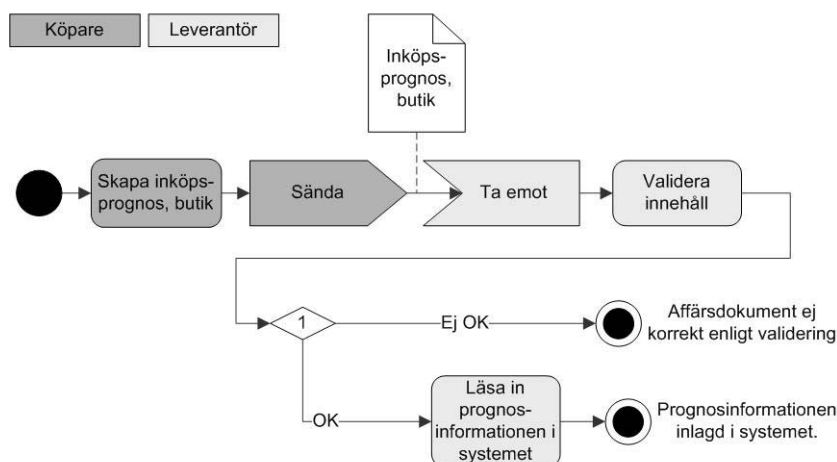
- Prognosperioden är slut.

3.2 Genomförande

Kapitlet ger en detaljerad beskrivning av hur samverkansprocessen genomförs.

3.2.1 Meddela inköpsprognos, butik

Med affärskommunikationsdokumentet Inköpsprognos, butik kan köparen ge leverantören en prognos över hur stora volymer av en eller flera artiklar som butikerna kommer att köpa in från grossisten för att täcka försäljningen under till exempel en kampanjperiod.



Figur 3.3. Köparens och leverantörens steg vid överföring av Inköpsprognos, butik.

Nedan beskrivs de steg som parterna bör utföra innan affärsdokumentet *Inköpsprognos, butik* sänds och efter att det har tagits emot.

3.2.1.1 Skapa inköpsprognos, butik

Köparen skapar prognosmeddelandet utgående från den prognos som köparen har arbetat fram. Affärsdokumentspecifikation *Inköpsprognos, butik* visar vilken information som ingår i meddelandet, se kapitel [3.3.1 Inköpsprognos, butik](#) för en översikt.

3.2.1.2 Sända och ta emot inköpsprognos, butik

När köparen har sänt prognosmeddelandet tas det emot i mottagarens system. Läs om mottagning av affärsdokument i appendix [1.1 Mottagning och teknisk validering](#).

Om parterna har kommit överens om att använda bekräftelsemeddelande aktiverar köparen bevakning av att bekräftelsemeddelande inkommer enligt fastställda villkor och inom de tidsramar som överenskommit i avtal.

3.2.1.3 Validera innehållet i inköpsprognos, butik

Efter att prognosen har tagits emot i leverantörens system bör följande valideringar av innehållet i affärsdokumentet utföras:

- 1 Att prognosinformationsnumret inte tidigare har använts av köparen, det vill säga att inga dubbelletter existerar hos leverantören. För att säkerställa att inga dubbelletter skapas kan köparen använda sig av GS1-dokumentidentitet (GDTI) som identitet för prognosinformationen.
- 2 Att uppgift om identitet (GLN) för Köpare och Leverantör är korrekt.
- 3 Att angivna datum (för leverans- respektive kampanjperioden) är rimliga.
- 4 Att angivna GTIN för artiklar är sådana som ingår i leverantörens sortiment.
- 5 Att angivna prognostiserade volymer är rimliga.

Om valideringen visar fel i prognosmeddelandet vidtar leverantören lämpliga åtgärder. Leverantören bör bland annat kontakta köparen och meddela resultatet av valideringen. Formerna för denna kontakt bör regleras i avtal mellan parterna. Om parterna har kommit överens om att sända avslag elektroniskt gör leverantören det, se kapitel [3.2.2 Bekräfta/avslå inköpsprognos, butik](#).

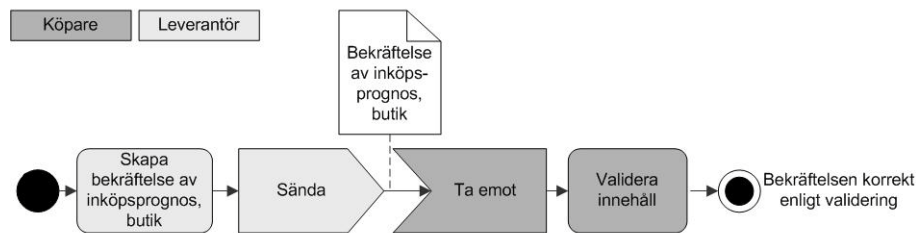
3.2.1.4 Läs in prognosinformationen i systemet

Om valideringen inte visar några fel i prognosmeddelandet ska informationen läsas in i leverantörens system. Om parterna har kommit överens om att sända en bekräftelse elektroniskt gör leverantören det, se kapitel [3.2.2 Bekräfta/avslå inköpsprognos, butik](#).

3.2.2 Bekräfta/avslå inköpsprognos, butik

Om parterna har kommit överens om att sända en bekräftelse som svar på den prognos som köparen har sänt (se kapitel [3.2.1 Meddela inköpsprognos, butik](#)), skapar leverantören en sådan och sänder den till köparen. Bekräftelsen kan gälla antingen ett avslag eller ett godkännande av prognosdokumentet.

- Ett avslag innebär att prognosmeddelandet var felaktigt och att leverantören därför inte kan acceptera det som mottaget i systemet.
- Ett godkännande innebär att leverantören har accepterat prognosmeddelandet som mottaget i systemet.



Figur 3.4. Köparens och leverantörens steg vid överföring av bekräftelse av inköpsprognos, butik.

Nedan beskrivs de steg som parterna bör utföra innan affärsdokumentet *Bekräftelse av inköpsprognos, butik* sänds och efter att det har tagits emot.

3.2.2.1 Skapa bekräftelse av inköpsprognos, butik

Leverantören skapar bekräftelsemeddelandet. Affärsdokumentspecifikation *Bekräftelse av inköpsprognos, butik* visar vilken information som ska ingå i dokumentet, se kapitel [3.3.2 Bekräftelse av inköpsprognos, butik](#) för en översikt.

3.2.2.2 Sända och ta emot bekräftelse av inköpsprognos, butik

Leverantören sänder affärsdokumentet till köparen. Läs om mottagning av affärsdokument i appendix [1.1 Mottagning och teknisk validering](#)

3.2.2.3 Validera innehållet i bekräftelse av inköpsprognos, butik

Efter att affärsdokumentet har tagits emot i köparens system bör följande valideringar av innehållet göras:

- 1 Att prognosinformationsnumret inte tidigare har använts av leverantören, det vill säga att inga dubletter existerar hos köparen. För att säkerställa att inga dubletter skapas kan leverantören använda sig av GS1-dokumentidentitet (GDTI) som identitet för prognosinformationen.
- 2 Att uppgift om identitet (GLN) för Köpare och Leverantör är korrekt.
- 3 Att identitetsnumret för den Inköpsprognos, butik som meddelandet refererar till existerar.

Läs om avvikelshantering vid validering av innehåll i appendix [1.2 Hantering av avvikelser](#).

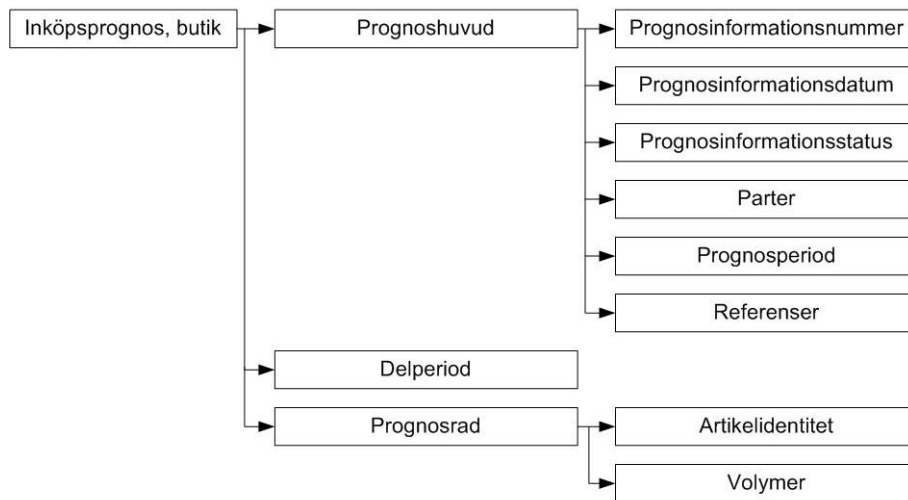
Om valideringen inte visar några fel i bekräftelsemeddelandet avaktiveras bevakningen av inkommande bekräftelsemeddelande.

3.3 Affärsdokumentspecifikationer

Kapitlet ger en överblick över vilken information som ingår i de affärsdokument som används för att överföra och bekräfta partinformation. Kapitlet kan även innehålla förtydliganden till hur respektive affärsdokument ska implementeras, samt länkar till exempel. De fullständiga specifikationerna finns på www.gs1.se/esap22spec.

3.3.1 Inköpsprognos, butik

Affärsdokumentet sänds från köparen till leverantören. Det innehåller prognosinformation gällande hur stora volymer av en eller flera artiklar som en butik/en grupp butiker kommer att behöva köpa in från grossisten för att täcka försäljningen under en kampanjperiod, säsongperiod eller nyintroduktionsperiod.



Figur 3.5. Struktur för Inköpsprognos, butik

Prognoshuvudet innehåller:

- Identitet för affärsdokumentet, köparen och leverantören.
- Datum då affärsdokumentet skapades.
- Information om affärsdokumentet är ett ursprungligt prognosdokument, eller om det är en justering av ett tidigare sänt prognosdokument.

En **prognosperiod** ska alltid anges. Prognosperioden gäller för de artiklar som ingår i prognosen och kan anges som försäljningsperiod, beställningsperiod och/eller leveransperiod.

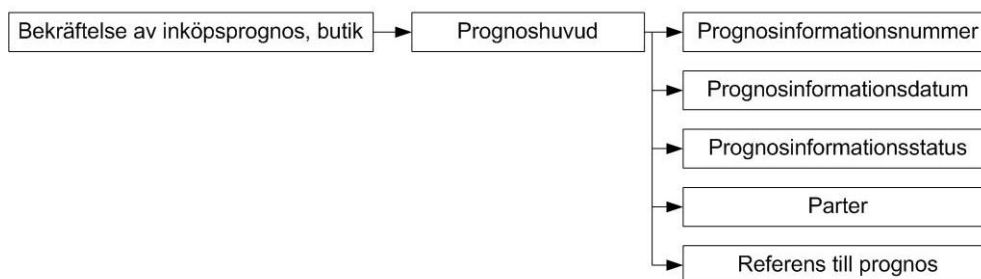
Det går att ange **referenser** till en prislista, ett avtal, kampanjinformation och till ett tidigare sänt prognosdokument.

Affärsdokumentet innehåller en **prognosrad** per artikel. För varje artikel anges **artikelidentitet** och **volymer**.

Det går att dela upp den totala prognosperioden i **delperioder**. Då redovisas volymerna för artiklarna för varje delperiod

3.3.2 Bekräftelse av inköpsprognos, butik

Affärsdokumentet sänds från leverantören till köparen. Det är ett svar på den Inköpsprognos, butik som köparen tidigare sänt till leverantören. Med affärsdokumentet kan leverantören antingen bekräfta att det mottagna affärsdokumentet är godkänt och mottaget i leverantörens system, eller att det är felaktigt och att leverantören därför inte kan godkänna det.



Figur 3.6. Struktur för Bekräftelse av inköpsprognos, butik.

Prognoshuvudet innehåller:

- Identitet för affärsdokumentet, köparen och leverantören
- Datum då affärsdokumentet skapades
- Information om affärsdokumentet avser ett godkännande eller ett avslag.

En **referens** till den Inköpsprognos, butik som bekräftelsen avser ska alltid anges.

Appendix 1: Mottagning av affärsdokument samt hantering av avvikelser

1.1 Mottagning och teknisk validering

När ett affärsdokument tas emot i ett affärssystem loggas mottagningen med bland annat tidpunkt, samt avsändare och mottagare. Från denna tidpunkt är det möjligt för mottagaren att kontrollera att affärsdokumentet uppfyller kraven för att det ska accepteras som mottaget.

Parternas E-kommunikationsavtal reglerar vilken information som ska loggas. Se www.nea.nu för exempel på utformning av ett E-kommunikationsavtal. E-kommunikationsavtalet reglerar även användningen av mottagningsbekräftelser och kvittenser. Detta avgör i sin tur tidpunkten för när affärsdokumentet ska anses ha kommit mottagaren tillhanda.

En teknisk validering görs för att avgöra om affärsdokumentet kan accepteras som mottaget. Kontroller enligt följande lista kan utföras:

- 1 Att dokumentets avsändaridentitet är giltig.
- 2 Att dokumentets mottagaridentitet är giltig.
- 3 Att dokumentet är syntaktiskt korrekt.
- 4 Att eventuell elektronisk signering på dokumentet är giltig.

Om affärsdokumentet är korrekt enligt den tekniska valideringen går mottagaren vidare i behandlingen av affärsdokumentet. På vilket sätt detta ska göras beskrivs för varje dokumentutbyte på annan plats i handledningen.

Om affärsdokumentet inte är korrekt enligt den tekniska valideringen kan mottagaren inte acceptera affärsdokumentet som mottaget. Parternas E-kommunikationsavtal reglerar hanteringen.

1.2 Hantering av avvikelser

Om innehållet i affärsdokumentet avviker från det parterna har kommit överens om i avtal, bör mottagaren av affärsdokumentet vidta lämpliga åtgärder. Formerna för detta bör regleras i avtal mellan parterna, till exempel om mottagaren ska kontakta avsändaren, på vilket sätt och om avsändaren ska korrigera felaktigheterna och sända ett nytt affärsdokument.