

InfoFarm

dla **Sieci Aptek**

System do kompleksowego zarządzania siecią aptek

Podręcznik użytkownika
(wersja robocza)

Podręcznik użytkownika systemu **Infofarm dla sieci aptek**

Wersja z roku 2017

Autor:
Bogdan Sypień

© Copyrigh Infofarm 2017



33-104 Tarnów
Ul. Ochronek 5
Tel. (0-14) 6269806

www.infofarm.com.pl

1	Wstęp	8
2	Instalacja i uruchomienie systemu	9
3	Budowa i struktura systemu Infarm dla sieci aptek	9
3.1	Synchronizacja baz danych	10
4	Najważniejsze zbiory danych i ich rodzaje	10
4.1	Rodzaje zbiorów danych	10
4.2	Rodzaj zbioru, a jego widok w programie Pharmonia	11
4.3	Kartoteka towarów	11
4.3.1	Centralna Baza Towarów	13
4.3.1.1	Przeglądanie CBT	14
4.3.1.1.1	Filtry w CBT	14
4.3.1.1.2	CBT okno główne	15
4.3.1.1.3	Karta produktu w CBT	15
4.3.1.2	Zakładanie nowej karty w CBT	19
4.3.1.3	Hierarchia kart w CBT	19
4.3.2	Lokalna kartoteka towarów	20
4.4	Kontrahent	20
4.5	Dostawcy	21
5	Zarządzanie kartoteką towarową	23
5.1	Wprowadzenie	23
5.2	Centralna kartoteka towarów	23
5.3	Centralna karta towaru	24
5.4	„Centralizacja” karty w CBT	26
5.4.1	Zmiana w centrali statusu karty w CBT na „Sprawdzona”	26
5.4.2	Zmiana w aptece statusu karty lokalnej na „Sprawdzona”	26
5.4.3	Skojarzenie w aptece karty lokalnej z nową kartą centralną	27
5.4.4	Zakładanie nowej karty towaru lokalnej	27
5.4.5	Oznaczenie karty w CBT jako „Do sprawdzenia”, by poinformować apteki o konieczności jej weryfikacji	28
5.4.6	Oznaczenie karty w CBT jako „Sprawdzona”	28
5.4.7	Założenie nowej karty w CBT	28
5.4.7.1	Hierarchia kart w CBT	29
6	Przeglądanie danych z aptek	31
7	Zarządzanie zapasami	32
7.1	Zamówienia pakietowe i półki odsprzedażowe	32
7.1.1	Przeznaczenie modułu	32
7.1.2	Przygotowanie i składanie zamówień pakietowych	33
7.1.2.1	Wskazanie produktów objętych pakietem	33
7.1.2.2	Dopisanie nowego zamówienia pakietowego	34
7.1.2.3	Automatyczna projekcja zamówienia	36
7.1.2.4	Kalkulacja sensowności i opłacalności	38
7.1.2.5	Generacja zamówienia ogólnego i na apteki	39
7.1.2.6	Magazyny rezerwowe	40
7.1.2.7	Przygotowanie zamówienia w formie pliku Excel	41
7.1.3	Kontrola jakości kart towarowych	41
7.1.4	Rekomendacje magazynowe i blokady dla aptek	41

7.1.5	Rekomendacja „STOP” apteki dla centrali	43
7.1.6	Przygotowania do uruchomienia zamówień pakietowych	44
7.1.7	Proces uruchamiania zamówień pakietowych	44
7.1.8	Centralna kontrola realizacji zamówień pakietowych	44
7.1.9	Ocena skutków finansowych zakupów pakietowych	45
7.1.10	Zamówienia pakietowe „okiem” apteki	46
7.1.10.1	Wprowadzenie	47
7.1.10.2	Informacja o pakietach i ich realizacji	47
7.1.10.3	Kontrola ex-post realizacji zamówienia pakietowego	48
7.1.10.4	Kontrola na poziomie zamówień	49
7.1.10.5	Kontrola na poziomie dostaw	50
7.1.10.6	Analizy pomocne w monitorowaniu zamówień pakietowych	51
7.1.10.7	Rekomendacja „STOP”	51
7.1.10.8	Etapy realizacji pakietu	51
7.2	Zamówienia lokalne/apteczne	52
7.2.1	Wstęp	52
7.2.2	Parametry zamawiania	52
7.2.2.1	Wprowadzenie	52
7.2.2.2	Regulacja parametrów zamawiania	52
7.2.2.2.1	Parametry dla apteki	53
7.2.2.2.2	Parametry dla towaru	53
7.2.2.3	Monitorowanie parametrów zamawiania	55
7.2.2.4	Centralne regulowanie parametrami zamawiania	55
7.3	Zamówienia centralne codzienne	56
7.3.1	Wprowadzenie	56
7.3.2	Obliczanie zapotrzebowania dla aptek	56
7.3.3	Przeglądanie i ręczne wygładzanie zapotrzebowań	57
7.3.4	Przygotowanie zamówień	57
7.3.5	Wysłanie zamówień	58
7.4	Przesunięcia towarów między aptekami	58
7.4.1	Centralne przesunięcia międzyapteczne	58
7.4.2	Lokalne przesunięcia międzyapteczne	60
7.4.2.1	Uruchomienie usługi	60
7.4.3	Udostępnianie dokumentów MM przez apteki	61
7.4.3.1	Uruchomienie usługi	61
7.5	Efektywne zarządzanie zapasami	61
7.5.1	Rotacja zapasów	61
7.5.2	Nadwyżki magazynowe	62
7.5.3	Optymalne zakupy codzienne	63
7.5.3.1	Uszczelnianie systemu zamówień	63
7.5.3.2	Kto lepiej zamawia – komputer czy człowiek?	64
7.5.3.3	Tematy, jakich algorytm nie rozwiąże	67
7.5.4	Podsumowanie	67
8	Zarządzanie asortymentem	68
8.1	Wstęp	68
8.2	Klasyfikowanie towarów	68
8.2.1	Odpowiednik zbiorczy	69
8.2.2	Odpowiednik Infarm	71
8.2.3	Odpowiednik własny	71
8.2.4	Kategoria Infarm	72
8.2.4.1	Kategoria dostępności	72
8.2.4.2	Podstawowe grupy produktów bez recepty	73
8.2.4.3	Produkty lecznicze	73

8.2.4.4	Suplementy diety i inne produkty spożywcze	74
8.2.4.5	Wyroby medyczne.....	75
8.2.4.6	Dermokosmetyki	75
8.2.4.7	Odpowiednik własny, a kategoria Infarm	75
8.3	Struktura asortymentowa – analiza danych historycznych	76
8.4	Zarządzanie asortymentem – proces decyzyjny	76
8.4.1	Rodzaje decyzji asortymentowych.....	78
8.4.2	Uruchomienie negatywnej rekomendacji magazynowej	78
8.4.3	Uruchomienie promocji negatywnej	80
9	Zarządzanie cenami	81
9.1.1	Wprowadzenie.....	81
9.1.2	Sposoby ustalania cen detalicznych.....	81
9.1.2.1	Cena urzędowa	81
9.1.2.2	Cena centralna	81
9.1.2.3	Marża centralna	82
9.1.2.4	Lokalna marża lub cena	84
9.1.2.5	Centralizacja i decentralizacja procesu decyzyjnego	84
9.1.3	Monitorowanie cen i marż w aptekach.....	84
9.1.4	Zaokrąglanie cen	85
10	Zarządzanie promocjami.....	86
10.1	Rodzaje promocji i przykłady.....	87
10.1.1	Rabat bezwarunkowy.....	87
10.1.2	Rabat z limitem ilości	87
10.1.3	Rabat z limitem wartości koszyka	88
10.1.4	Cena promocyjna bezwarunkowa.....	89
10.1.5	Cena promocyjna z ilością minimalną	89
10.1.6	Bonus premiujący wartość koszyka	90
10.1.7	Promocje typu mix-box	91
10.2	Uruchamianie promocji	92
10.3	Parametry promocji.....	92
10.3.1	Okres czasu, kiedy promocja jest aktywna.	92
10.3.2	W jakim okresie czasu ma być obliczany warunek promocji	92
10.3.3	Na jakiej wielkości ekonomicznej opiera się warunek promocji.....	93
10.3.4	Jaką wartość musi osiągnąć wielkość ekonomiczna, na której opiera się promocja. 93	
10.3.5	Produkty objęte rabatowaniem w koszyku	93
10.3.6	Koszyk jako warunek wyzwania promocji.....	94
10.3.6.1	Definiowanie koszyka towarów	94
10.3.7	Kilkupoziomowy warunek promocji	94
10.3.8	Grupa towarów objętych promocją	95
10.3.9	Grupa klientów objęta promocją	95
10.3.10	Czy zgoda klienta jest wymagana	96
10.3.11	Akcja promocyjna.....	97
10.3.12	Komunikaty dla personelu obsługującego klienta	98
10.4	Limitowanie promocji rabatowych dla grupy odpłatnościowej.....	98
11	Zarządzanie sprzedażą wiązaną	100
11.1	Sprzedaż wiązana – prosty przykład	100
11.1.1	Zachowanie programu w części sprzedażowej	100
11.1.2	Uruchomienie sprzedaży związanej z przykładu	101
11.2	Sprzedaż wiązana – złożona terapia komplementarna.....	102
11.2.1	Założenia	102

11.2.2	Uzyskane efekty w części sprzedażowej programu	103
11.2.3	Uruchomienie takiej terapii komplementarnej	104
12	Zarządzanie sugestiami sprzedażowymi	107
12.1.1	Na czym polegają sugestie sprzedażowe?.....	107
12.1.2	Produkty - liderzy	107
12.1.3	Produkty zamieniane.....	108
12.1.4	Definiowanie pojedynczej sugestii sprzedażowej.....	109
12.1.5	Zarządzanie wieloma sugestiami sprzedażowymi w długim horyzoncie czasowym 109	
12.1.6	Uruchamianie usługi w sieci aptek	109
13	Zarządzanie programami lojalnościowymi	110
13.1	Działanie programu lojalnościowego na stanowisku sprzedaży.....	110
13.1.1	Przystąpienie klienta do programu lojalnościowego	110
13.1.2	Sprzedaż na rzecz klienta będącego w programie lojalnościowym	111
13.1.3	Rozliczenie klienta programu lojalnościowego	112
13.2	Definiowanie programu lojalnościowego	112
13.2.1	Algorytm naliczania punktów w programie lojalnościowym	112
13.2.2	Katalog nagród z punktacją	114
13.2.2.1	Wczytanie katalogu nagród z pliku Excel.....	115
14	Strategia „Kupuj→Rekomenduj→Motywój→Wyceniaj”	116
15	Lokalne promocje rabatowe	117
16	Analizy.....	119
16.1	Analizy standardowe	119
16.2	Sporządzanie analizy	121
16.3	Przeglądanie raportu.....	121
16.4	Wykresy	121
16.5	Więcej niż dwa przekroje - wizualizacja	121
16.6	Definiowanie analiz	122
16.7	Osoby uprawnione do przeglądania raportów	123
16.8	Automatyczne przeliczanie raportów	123
17	Program MS Excel jako narzędzie analiz BI.....	125
17.1	Wprowadzenie	125
17.2	Schemat działania analiz BI w MS Excel.....	125
17.3	Ogólne zasady przygotowania raportu	125
17.4	Prace przygotowawcze	126
17.4.1	Instalacja sterownika ODBC do Firebird'a	126
17.4.2	Konfiguracja źródła danych	126
17.4.3	Analiza jako źródło danych	129
17.5	Korzystanie z analiz BI w MS Excel	129
17.6	Biblioteka raportów BI	130
18	Dostęp do analiz on line.....	133
19	Centralne zarządzanie wierzytelnościami	135

19.1 Wprowadzenie	135
19.1.1 Prowadzenie rozrachunków metodą pełną	137
19.2 Kasy-Rachunki bankowe.....	137

1 Wstęp

Oddajemy w Państwa ręce instrukcję użytkownika systemu Infofarm dla sieci aptek, według stanu na koniec pierwszego kwartału 2017 roku. Przez „system”, należy rozumieć i program pracujący w centrali i program pracujący w aptekach. Dlatego też do zrozumienia wszystkich opisanych funkcjonalności konieczna jest znajomość programu Infofarm dla apteki. Instrukcja do tego programu jest integralnym elementem niniejszej. Ujednolicając zasady nazewnictwa programów w firmie Infofarm, nazwa programu „InfofarmPharmonia” została zmieniona na „Infofarm dla sieci aptek”. W okresie do końca pierwszego kwartału 2017 udało nam się dopracować rozwiązania i funkcjonalności w następujących obszarach: zarządzanie zapasami, zarządzanie asortymentem, zarządzanie cenami i marżami, zarządzanie promocjami, zarządzanie sprzedażą wiązaną, zarządzanie sugestiami sprzedażowymi, zarządzanie programami lojalnościowymi oraz analizy zarządcze. To oczywiście nie oznacza, że zaprzestaliśmy rozwijać nowe funkcjonalności. Przeciwnie, intensywnie pracujemy nad nowymi rozwiązaniami, które będą dostępne w kolejnych wersjach programu. Również systematycznie będziemy aktualizować instrukcję. Jej najnowsza wersja jest zawsze dostępna w dziale „Pobierz”, na naszej stronie internetowej.

Niniejsza instrukcja przeznaczona jest dla centralnych działów sieci aptek. Omawia kolejno zagadnienia będące obszarem centralnego zarządzania w sieci.

Autorzy programu

2 Instalacja i uruchomienie systemu

Instalacje i uruchomienie poszczególnych elementów systemu stanowią część procesu wdrożeniowego, realizowanego przez zespół Infofarm.

3 Budowa i struktura systemu Infofarm dla sieci aptek

System Infofarm dla sieci aptek oparty jest na trzech rozbudowanych i wielomodułowych programach komputerowych:

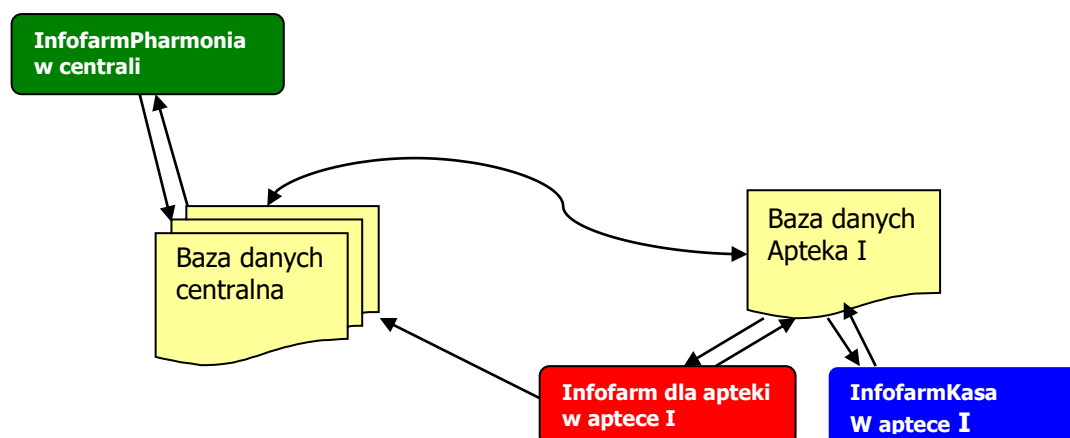
InfofarmPharmonia – oprogramowanie pracujące w centrali, sieciowe, z którego korzystają pracownicy centrali sieci aptek. Praca odbywa się albo na jednym z terminali sieciowych zlokalizowanych w biurze, albo zdalnie z wykorzystaniem Pulpitu Windows. Dodatkowo, raporty i analizy, dostępne są poprzez internet, z wykorzystaniem zwykłej przeglądarki internetowej, z możliwością zapisania ich w formie pliku MS Excel.

Infofarm dla apteki oprogramowanie back office, pracujące w aptece, na którym praca odbywa się analogicznie, jak w przypadku programu InfofarmPharmonia. Załoga apteki pracuje na jednym z terminali sieciowych zlokalizowanych w aptece. Natomiast pracownicy centrali mają dostęp do aplikacji poprzez Pulpit Windows lub inne narzędzia do pracy zdalnej –VNC, teamViever, itp. W razie potrzeby, również pracownicy apteki, mogą pracować zdalnie, z wykorzystaniem Pulpitu Windows.

InfofarmKasa – program front office, pracujący na stanowiskach sprzedażowych apteki.

Programy wykorzystywane w aptece, czyli Infofarm dla apteki i InfofarmKasa korzystają z lokalnej bazy danych. Nieliczne funkcje tych programów odwołują się do bazy danych zlokalizowanej w centrali. Poprzez internet.

Pracujący w centrali, program InfofarmPharmonia, odwołuje się wyłącznie do bazy danych zlokalizowanej w centrali. Wymiana informacji pomiędzy centralą i aptekami odbywa się na poziomie baz danych. Bazy danych zlokalizowane w aptekach i w centrali „wymieniają” między sobą informacje w procesie synchronizacji zdalnej, który jest uruchamiany w zadanym cyklu, automatycznie. Przede wszystkim następuje przepływ danych z aptek do centrali, czego efektem jest baza danych w centrali, zawierająca pełne dane ze wszystkich aptek. Dane przesyłane są również w drugą stronę – do aptek, co pozwala na sterowanie i regulację, oraz udostępnianie aptekom danych bezpośrednio w systemie. Schemat działania przedstawia poniższy rysunek.



3.1 Synchronizacja baz danych

Proces synchronizacji zdalnej jest niezwykle ważny. Od niego zależy spójność rozproszonych geograficznie baz danych. W sposób z góry określony, z określoną częstotliwością, następuje replikowanie danych pomiędzy tymi bazami danych. „W sposób z góry narzucony” oznacza, że zakres danych, kierunek ich przepływu jest definiowany. Definiowanie zakresu danych i kierunków przepływu jest dość skomplikowane i realizowane przez zespół Infofarm indywidualnie dla każdego użytkownika systemu. Najważniejsze cechy procesu:

- Zakres synchronizowanych danych definiowany jest z dokładnością do pola w tabeli.
- Synchronizacja jest różnicowa, to znaczy, że uaktualnieniu podlegają tylko pola w tych rekordach, które były edytowane od ostatniej synchronizacji.
- Synchronizacja może być jedno i dwukierunkowa.
- Częstotliwość synchronizacji może być teoretycznie dowolna.
- Synchronizacja może być oparta na wielu procesach wykonywanych niezależnie.

4 Najważniejsze zbiory danych i ich rodzaje

4.1 Rodzaje zbiorów danych

Z punktu widzenia efektów procesu synchronizacji baz danych, w systemie wyróżniamy trzy rodzaje zbiorów:

- **Lokalne** – powstają odrębnie w każdej aptece. Odpowiednik takiego zbioru w centrali, jest sumą zbiorów ze wszystkich aptek. Liczba rekordów w takim zbiorze, w centrali, równa się sumie rekordów ze zbiorów ze wszystkich aptek. Przykładem takiego zbioru

może być zbiór z zarejestrowaną sprzedażą lub zbiór **Towary** (lokalne kartoteki towarów).

- **Centralne** – powstają w centrali i są synchronizowane do aptek. Każdy rekord jest jednoznacznie zidentyfikowany i w centrali, i w aptekach. Liczba rekordów w takim zbiorze jest taka sama i w aptekach, i w centrali. Przykładem takiego zbioru może być **CBT** (centralna baza towarów).
- **Wspólne** – powstają w każdej aptece, ale w procesie synchronizacji rekordy są rozprowadzane do centrali i pozostałych aptek. W efekcie we wszystkich bazach danych są takie same. Kluczową sprawą jest zapewnienie unikalności klucza głównego, który zapewni niepowtarzalność rekordów i jednoznaczność w każdej bazie danych. Przykładem takiego zbioru może być zbiór **Kontrahenci**.

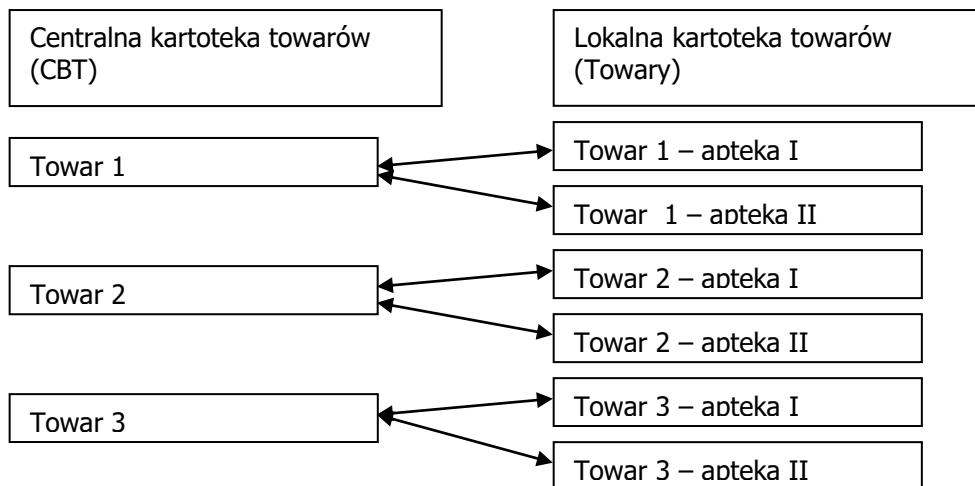
4.2 Rodzaj zbioru, a jego widok w programie Pharmonia

Zbiory „centralne” i „wspólne”, z uwagi na ich istotę są widoczne w trybie „cały zbiór”. To znaczy, że jeśli otworzymy taki zbiór, to mamy dostęp do wszystkich rekordów takiego zbioru. Natomiast dla zbiorów „lokalnych”, widok obejmuje rekordy odnoszące się do aktywnej apteki, to jest apteki wskazanej w opcji **Apteki**. Która apteka jest otwarta, jest również widoczna na lewym górnym pasku. Wyjątkiem od tej zasady, jest zbiór **Towary**. Co prawda, otwiera się, tak jak inne zbiory lokalne, ale mamy możliwość przełączenia widoku na wszystkie apteki, za pomocą funkcji **Operacje→Pokaż z wszystkich aptek**.

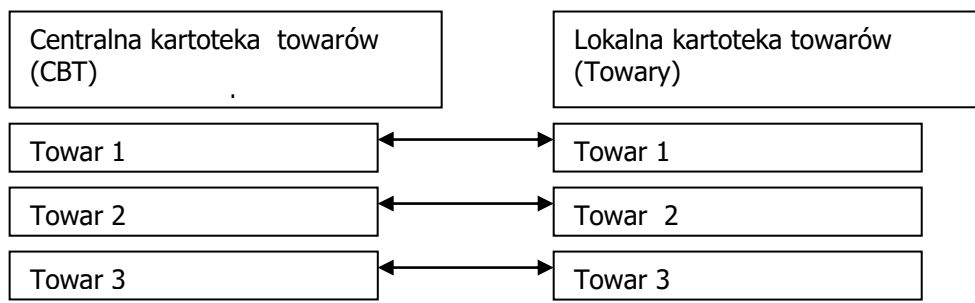
4.3 Kartoteka towarów

Towary są obsługiwane przez dwa zbiory - centralną kartotekę towarów (CBT) i lokalne kartoteki towarów (Towary). Zbiór CBT jest utrzymywany centralnie i synchronizowany do aptek. We wszystkich bazach danych systemu Infofarm dla sieci aptek, zbiór ten jest taki sam, a więc jest to zbiór rodzaju „centralny”. Zbiór CBT jest skojarzony z lokalnymi zbiorami towarów, w poszczególnych aptekach. Zbiór lokalny towarów występuje w systemie pod nazwą „Towary”. Powiązanie pomiędzy centralną kartoteką towarów, a lokalnymi przebiega w sposób pokazany na następnym stronie.

W programie InfarmPharmonia



W aptece



To powiązanie jest widoczne z poziomu programu InfarmPharmonia, w dwóch miejscach:

1. CBT → Zakładka „Lokalne kartoteki towarów” – rysunek 4-1.

RUTINOSCORBIN TABL. POWŁ. 90 TABL. ← Centralna Karta Produktu (w CBT)		Sprzedaż		Opłaty pacjenta		
Dane podstawowe	Jednostki miary	Klasyfikacje	Listy	Skład i Uwagi	Nazwa międzynarodowa	Odpow.
Apteka	Towar	Centralna	Nazwa apteki			
10021	RUTINOSCORBIN x 90 TABL.	N	[Redacted]			
10026	RUTINOSCORBIN TABL. x 90 SZT.	N	[Redacted]			
10028	RUTINOSCORBIN x 90 TABL.	N	[Redacted]			
10022	RUTINOSCORBIN 90 TABL.	N	[Redacted]			
10027	RUTINOSCORBIN TABL. PO 90 TABL.	N	[Redacted]			
10056	RUTINOSCORBIN x 90 TABL.	N	[Redacted]			
10423	RUTINOSCORBIN TABL. POWŁ. 0,1G+0,025G 90TAB	N	[Redacted]			
10023	RUTINOSCORBIN x 90 TABL.	N	[Redacted]			
10025	RUTINOSCORBIN x 90 TABL.	N	[Redacted]			
10062	RUTINOSCORBIN 90 TABL.	N	[Redacted]			
10061	RUTINOSCORBIN x 90 TABL.	N	[Redacted]			
10122	RUTINOSCORBIN x 90 TABL. GG	N	[Redacted]			
10121	RUTINOSCORBIN x 90 TABL. BR	N	[Redacted]			
10123	RUTINOSCORBIN x 90 TABL.	N	[Redacted]			
10125	RUTINOSCORBIN x 90 TABL. BR	N	[Redacted]			
10126	RUTINOSCORBIN 90 TBL.	N	[Redacted]			
10127	RUTINOSCORBIN x 90 TABL. BR	N	[Redacted]			
10422	RUTINOSCORBIN 0,1G+0,025G x 90TABL.	N	[Redacted]			

↑ ↑ ↑
Lokalne karty produktów z poszczególnych aptek

Rysunek 4-1 Zakładka Lokalne kartoteki towarów

2. Towary -> Operacje->Pokaż z wszystkich aptek.

Nazwa towaru	Cbt
RUTINOSCORBIN 0,1G+0,025G X 90TABL.	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN 90 TABL.	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN 90 TBL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN TABL PO 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN TABL X 90 SZT.	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN TABL POWL 0,1G+0,025G 90TAB	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN X 90 TABL.	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN X 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN X 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN X 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN X 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN X 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN x 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN x 90 TABL	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN x 90 TABL BR	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN x 90 TABL BR	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN x 90 TABL BR	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.
RUTINOSCORBIN x 90 TABL GG	RUTINOSCORBIN TABL POWL 90 TABL.


Rysunek 4-2 Towary -ta sama karta lokalna z wielu aptek

4.3.1 Centralna Baza Towarów

To najważniejszy zbiór w Infarm dla sieci aptek. Pełni podwójną rolę. Po pierwsze jest swego rodzaju katalogiem produktów dostępnych na polskim rynku aptecznym. Po drugie, CBT, pełni rolę centralnej kartoteki towarów dla sieci aptek. Patrząc od strony centrali sieci aptek, z uwagi na pochodzenie informacji w karcie danego produktu, wyróżnimy 3 przypadki:

1. Informacja dostarczana jest w sposób zautomatyzowany z Serwera Infarm, a dane o produkcie opierają się na Farmaceutycznej Bazie Danych BAZYL firmy IMS Health. Karty produktów założone w ten sposób mają identyfikatory zawierające się w przedziale od 1 do 500.000. Karty te mają charakter priorytetowy, o czym niżej.
2. Informacja jest dostarczana analogicznie, jak w punkcie 1, ale źródłem danych są bezpośrednio materiały producentów tych produktów, albo charakterystyka produktu leczniczego. Są to karty zakładane bezpośrednio przez zespół Infarm. Karty zakładane w ten sposób mają identyfikatory zawierające się w przedziale 501.000 do 1.000.000. Taka potrzeba zrodziła się z dwóch powodów:
 - Nie wszystkie produkty dostępne w obrocie aptecznym są przedmiotem zainteresowania firmy IMS Health,
 - Produkty pojawiają się na rynku wcześniej niż informacja o nich dostępna jest w FBD BAZYL.
3. Karta produktu zakładana jest przez pracowników centrali sieci aptek. Po prostu użytkownik sam zakłada kartę dla produktu. Tak założone karty mają identyfikatory o numerach wyższych niż 1 000 000. Powody, dla których taka możliwość istnieje są oczywiste. Liczba produktów „bez recepty”, które mogą pojawić się w aptece, jest tak olbrzymia, że nie jest możliwe, by IMS i Infarm zabezpieczyli pełne potrzeby w tym zakresie i w odpowiednim czasie.

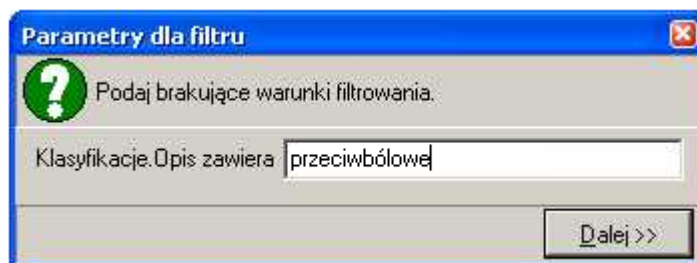
4.3.1.1 Przeglądanie CBT

Centralna baza towarów jest dostępna bezpośrednio z menu głównego (). To bardzo ważne miejsce w programie. Tutaj wprost mamy dostęp do ważnych informacji. Tutaj również wykonujemy szereg zadań i operacji. Jednak w tym miejscu instrukcji, skupimy się jedynie na zawartości informacyjnej tej funkcji. Po uruchomieniu opcji, mamy dostęp do informacji o wszystkich produktach zarejestrowanych w CBT. Mamy więc wgląd w prawie pełną ofertę rynku aptecznego. To przeszło 200 tysięcy kart. Do wygodnej pracy na tak dużej bazie danych stosujemy filtry.

4.3.1.1.1 Filtry w CBT

Filtry są niezwykle pomocne przy przeglądaniu CBT, oraz przy wykonywaniu „masowych” operacji na towarach. Program jest wyposażony w szereg fabrycznych filtrów i lista ta jest systematycznie rozszerzana. Użytkownik może również samodzielnie definiować filtry na zasadach opisanych w podręczniku użytkownika do Infofarm dla apteki, podrozdział 4.3 „Filtry”. Oto najczęściej wykorzystywane filtry fabryczne:

- **Asortyment** – lista produktów z określonej kategorii lub należących do wybranej grupy terapeutycznej według klasyfikacji ATC lub też rodzaj produktu. Wpisujemy fragment tekstu jaki ma być wyszukany, przykładowo „przeciwbólowe” (Rysunek niżej). Wielkość liter ma znaczenie. Filtr działa stosunkowo wolno, bo „przeszukuje” całą zawartość zakładki „Klasyfikacje”. Oczekiwanie do kilku minut.



Rysunek 4-3 Filtr „Asortyment”

- **Karty własne** – czyli karty założone przez użytkownika. Są to karty o identyfikatorach większych od 1 000 000.
- **Odpowiednik INFOFARM** – produkty, dla których określono odpowiednik Infofarm.
- **Odpowiednik WŁASY** – produkty, dla których użytkownik określił odpowiednik własny.
- **Odpowiednik ZBIORCZY** – produkty, którym określono odpowiednik zbiorczy.
- **Producent OTC** – produkty wskazanego producenta, kategorii OTC. Wpisujemy fragment nazwy producenta (DUŻYMI LITERAMI!).
- **Producent Rx100** – produkty wskazanego producenta, kategorii Rx100. Wpisujemy fragment nazwy producenta (DUŻYMI LITERAMI!).
- **Producent ref.** – produkty wskazanego producenta, refundowane. Wpisujemy fragment nazwy producenta (DUŻYMI LITERAMI!).

- **Producent wszystko** – wszystkie produkty wskazanego producenta. Wpisujemy fragment nazwy producenta (DUŻYMI LITERAMI!).
- **Stopień spasowania CBT<->LKT** – produkty centralnej kartoteki towarowej, skojarzone z lokalnymi, w podanej ilości aptek.
- **Centralna** - filtr rozwijany:
 - S – Do sprawdzenia
 - P – Sprawdzona
 - N – Nie sprawdzona.

4.3.1.1.2 CBT okno główne

Po uruchomieniu opcji i wybraniu towaru uzyskujemy szybki dostęp do podstawowych informacji o produkcie, odnoszących się do całej sieci aptek (Rysunek 4-4): Cena detaliczna brutto (średnia bieżąca), Cena detaliczne netto (Średnia bieżąca), Cena zakupu netto (średnia z ostatnich), Marża kwotowa jednostkowa netto, Marża %, Stan magazynowy (łącznie dla wszystkich aptek) oraz stosowany sposób ustalania ceny detalicznej:

- E – centralna automatyczna,
- S - wpisana przy przyjmowaniu dostawy,
- T - poprawiona w zakładce dostawy w towarach,
- C - cena umowna z zakładki ceny,
- U - cena urzędowa z zakładki ceny,
- M, O - obliczone wg marży O = marża w 100,
- D - obliczone wg marży degresywnej,
- P - jeżeli sposób liczenia jest inny niż cena urzędowa lub cena umowna, ale w zakładce ceny wpisano cenę i daty obowiązywania od do (promocja) to wtedy brana jest ta cena niezależnie od innych ustawień.

GRIPEX	Producent	Postać	KOD	Cena det Br	Cena det	Cena	Marża	Marża %	Stan	Liczenie C Det
GRIPEX TABL POWL 10 TABL	US PHARMACIA	TABL POWL	115861	11,50	10,65	7,36	3,29	30,93	92,00	S
GRIPEX TABL POWL 12 TABL	US PHARMACIA	TABL POWL	71579							
GRIPEX TABL POWL 24 TABL	US PHARMACIA	TABL POWL	71580	21,84	20,22	14,62	5,59	27,67	377,50	S
GRIPEX HOTACTIV PROSZEK -> PŁYN 12 TOREBEK 4 G	US PHARMACIA	PROSZEK -> PŁ	115827	17,06	15,79	10,80	4,99	31,59	117,09	S,T
GRIPEX HOTACTIV PROSZEK -> PŁYN 8 TOREBEK 4 G	US PHARMACIA	PROSZEK -> PŁ	103971	14,96	13,85	10,46	3,39	24,45	11,63	S

Rysunek 4-4 CBT widok główny

4.3.1.1.3 Karta produktu w CBT

Informacja o produkcie podzielona jest tematycznie na zakładki.

Zakładka **Dane podstawowe**

Rysunek 4-5 Zakładka **Dane podstawowe**

Następujące pola wymagają komentarza:

Ujmować w zamówieniu – parametr wykorzystywany w zamówieniach pakietowych. Więcej informacji znajdziemy w rozdziale „Zarządzanie zapasami”.

Lek promowany – parametr do wskazywania produktów – liderów, czyli produktów o wysokim priorytecie sprzedażowym. W ramach danej kategorii możemy oznaczyć do 3 produktów - liderów.

Lek promowany wyszukiwany wg – określa stopień pokrewieństwa zastosowany dla kategorii wybranego lidera. Więcej informacji w rozdziale „Sugestie sprzedażowe”.

Centralna – do wykorzystania w procesie porządkowania kart towarowych w sieci aptek. Idea opiera się na tym, że karta uzgodniona w sieci, oznaczana jest jako „Sprawdzona”. Uzgodniona z lokalnymi kartami towarów we wszystkich aptekach. Więcej informacji w rozdziale „Zarządzanie kartoteką towarową”.

Ilość ddd w opakowaniu – ilość dobowych dawek, zawartych w opakowaniu produktu leczniczego, według wskazań WHO. Jest to przeciętna dla osoby dorosłej.

Zakładka **Klasyfikacje**

Klasyfikacje pozwalają na swobodne grupowanie towarów i nadawanie im dowolnej liczby atrybutów. Mają szerokie zastosowanie, między innymi w zarządzaniu asortymentem, promocjami i innymi mechanizmami wspierania sprzedaży, ekspozycją, cenami, itd... Wiele klasyfikacji jest utrzymywanych przez Infarm. Do dyspozycji użytkowników jest klasyfikacja **Centralna**. Do produktu może być przypisana dowolna ilość tej klasyfikacji, co pozwala na opisanie produktu wieloma atrybutami.

Zakładka **Jednostki miary**

Zakładka zawiera informację o jednostkach/opakowaniach w jakich dostępny jest produkt. Sposób zapisu jest analogiczny do zakładki o tej samej nazwie, dostępnej w **Towarach**. Szczegółowy opis można znaleźć w Instrukcji użytkownika Infarm dla Apteki.

Zakładka **Sprzedaż**

Pozwala na szybki dostęp do odpowiednio zagregowanej informacji o sprzedaży wybranego produktu. W dolnej części ekranu mamy zestaw parametrów opisujących warunki agregowania informacji i okres z jakiego dane mają pochodzić (Rysunek 4-5).

Rysunek 4-6 Zakładka **Sprzedaż**

Idąc od lewej:

Pokaż substytuty – pozwala uwzględnić w obliczeniach odpowiedniki wskazanego produktu. Substytucja jest oparta albo na odpowiedniku zbiorczym (domyślnie), albo na odpowiedniku własnym (parametr **Substytuty własne**). Więcej o substytucji w rozdziale „Zarządzanie asortymentem”.

Grupuj wg substytutu – czy wszystkie substytuty mają być odrębnie wykazane, czy tylko uwzględnione w danych ilościowych i wartościowych. W drugim przypadku nazwa produktu jaka się pojawi jest losowo wybraną z grupy substytutów.

Nie rozbijaj na apteki – domyślnie informacja jest zgrupowana po aptekach (wykazana dla każdej apteki osobno). Po włączeniu parametru, dostępna jest informacja zbiorcza dla wszystkich aptek.

Okres od i Okres do – analizowany przedział czasu.

Agregacja wg – czy dane mają obejmować wskazany okres, czy dodatkowo mają być zgrupowane po: latach, miesiącach, dniach. Można wielokrotnie zmieniać ustawienia i uzyskiwać raport po wciśnięciu guzika **Pokaż**.

Zakładka **Dostawy**

Pozwala na szybki dostęp do odpowiednio zagregowanej informacji o zakupach i stanach wybranego produktu. Obsługa analogiczna do opisanej wyżej zakładki **Sprzedaż**.

Zakładka **Centralne ceny**

Pozwala na prowadzenie centralnej polityki cenowej, w sposób opisany w rozdziale „Zarządzanie cenami”.

Zakładka **Listy**

Zawiera informację o tym, do jakiej listy odpłatnościowej należy produkt. Z punktu widzenia refundacji. Produkty nie objęte refundacją należą do listy „Odręcznej”. Więcej informacji w Instrukcji użytkownika do Infarm dla Apteki.

Zakładka **Skład i uwagi**

Zawiera informację pochodzącą z FBD BAZYL. Zwykle jest to skład, czasem również przeznaczenie i informacje rejestrowe.

Zakładka **Odpowiednik zbiorczy**

Zawierają nazwę grupy, listę produktów należących do tej grupy odpowiedników zbiorczych i podstawowe dane finansowe o tych produktach (Rysunek 4-6).

Odpowiednik	Cn det br	Cn det nt	Cn za nt	Marża kw	Marża %	Stan	Sp liczenia	Zgodny
ACENOL FORTE 0.5 G TABL 20 TABL	7,79	7,21	4,70	2,51	34,84	5	S,T	N
ACETAMINOPHEN 0.5 G TABL 20 TABL								N
AMIPAR 0.5 G TABL 6 TABL								N
AMIPAR 0.5 G TABL 8 TABL								N
APAP 0.5 G TABL POWL 10 TABL								N
APAP 0.5 G TABL POWL 100 TABL	33,12	30,66	22,47	8,20	26,73	118	S	N
APAP 0.5 G TABL POWL 12 TABL	6,45	5,97	4,01	1,95	32,73	340	S,T	N
APAP 0.5 G TABL POWL 2 TABL								N
APAP 0.5 G TABL POWL 200 TABL								N
APAP 0.5 G TABL POWL 50 TABL	15,15	14,03	13,53	0,50	3,56	383	C,S,T	N
APAP 0.5 G TABL POWL 500 TABL								N
APAP 0.5 G TABL POWL 6 TABL	6,88	6,02	4,08	1,94	32,17	18	S	N
APAP 0.5 G TABL POWL 8 TABL	4,99	4,62	3,51	1,11	24,03	1	S	N

Uśrednione dane z aptek:

Cena detaliczna brutto :	11,54	Marża jednostkowa netto :	2,61	Sposób liczenia ceny det. :	C.S.T
Cena detaliczna netto :	10,68	Marża % :	24,46		
Cena zakupu netto :	8,07	Stan :	1543,50	<input type="checkbox"/> Pokaż produkty ze zgodnym opakowaniem	

Rysunek 4-7 Zakładka **Odpowiednik zbiorczy**

Czym jest odpowiednik zbiorczy, można przeczytać w rozdziale „Zarządzanie asortymentem”.

Zakładka **Odpowiednik Infarm**

Zawierają nazwę grupy, listę produktów należących do tej grupy odpowiedników Infarm oraz podstawowe dane finansowe o tych produktach. Więcej na temat odpowiedników Infarm w rozdziale „Zarządzanie asortymentem”.

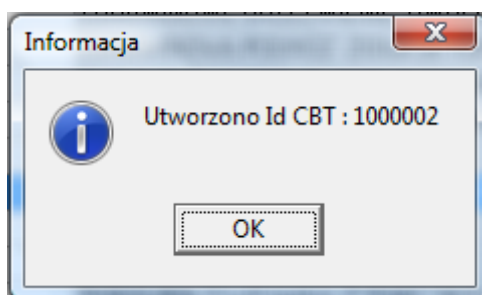
Zakładka **Odpowiednik własny**

Zawierają nazwę grupy, listę produktów należących do tej samej grupy odpowiedników własnych oraz podstawowe dane finansowe o tych produktach. Grupy odpowiedników własnych są konstruowane samodzielnie przez użytkowników, którzy mają w tym zakresie pełną swobodę. Jak zakładać nowe grupy odpowiedników własnych, można przeczytać w rozdziale „Zarządzanie asortymentem”.

Z kolei zakładki **Ceny i limity** oraz **Oplaty pacjenta** zawierają informację o urzędowych parametrach sprzedaży produktu refundowanego. Więcej informacji na ten temat należy szukać w Podręczniku użytkownika do Infarm dla apteki.

4.3.1.2 Zakładanie nowej karty w CBT

1. Domyślnie, by uniknąć przypadkowych zmian, CBT jest dostępna w trybie przeglądania. By włączyć tryb edycji, należy uruchomić **Operacje→Tryb edycji** lub wcisnąć **F11**. Zamknięcie CBT, wyłącza tryb edycji.
2. Karta każdego produktu zawiera dość duży zestaw parametrów, których własnoręczne wypełnianie jest bardzo uciążliwe. Dlatego, najwygodniej zakładać kartę, poprzez skopiowanie danych z już istniejącej karty dla podobnego produktu. Zmieniamy potem nazwę produktu i ewentualnie inne atrybuty. W tym celu:
 - Wyszukujemy produkt podobny do tego, dla którego chcemy założyć kartę (najlepiej tego samego producenta).
 - Uruchamiamy **Operacje→Kopia**. Program skopiuje kartę, a na ekranie pojawi się komunikat z podanym identyfikatorem karty założonej (Rysunek 4-7).



Rysunek 4-8 Identyfikator nowo założonej karty w CBT

- Klikamy w „OK”. Następnie sortujemy CBT po polu i wyszukujemy kartę o podanym identyfikatorze.
- Wchodzimy w poszczególne zakładki, przynajmniej w „Dane podstawowe” i poprawiamy odpowiednie dane (minimum nazwę i nazwę skróconą produktu). Bardzo ważnym jest, by dla klasyfikacji Kod EAN, wpisać prawidłowy kod EAN produktu. Dlaczego? O tym w podrozdziale o hierarchii kart.

4.3.1.3 Hierarchia kart w CBT

Mamy trzy niezależne działające mechanizmy zakładające karty w CBT. Upraszczając – karty w CBT zakładają: użytkownik, Infofarm, IMS Health. Może więc dochodzić do sytuacji, że po pewnym czasie mamy w bazie danych 3 karty na to samo. Aby eliminować ten problem, w programie istnieje mechanizm podmieniania kart. Jak działa?

1. Po pierwsze mamy hierarchię ważności kart – 1. BAZYL, 2. Infofarm, 3. Własna karta.
2. Przy aktualizacji CBT z serwera Infofarm, następuje zakładanie nowych kart w oparciu o BAZYL i Infofarm.
3. Zanim nowa karta zostanie założona w CBT, program sprawdza czy w zbiorze nie istnieje już karta z kodem EAN, takim, jak ma karta nowa. Jeśli tak, a karty są niższa w hierarchii, są one usuwane, a wszystkie powiązania kart lokalnych są aktualizowane do nowej karty o wyższej hierarchii.

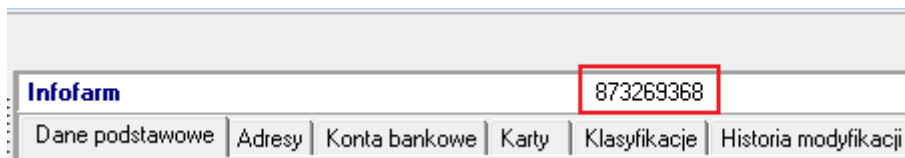
4.3.2 Lokalna kartoteka towarów

Lokalna kartoteka towarów dostępna jest w aptece i w Pharmonii z poziomu opcji **Towary**. Została ona szczegółowo opisana w „Podręczniku użytkownika do Infofarm dla apteki” i należy się z tym materiałem zapoznać. W tym miejscu chcemy przekazać kilka uwag dla personelu pracującego w centrali:

1. Bieżące operacje w aptece są wykonywane na lokalnej kartotece towarów, jednak od tej zasady są wyjątki, opisane w następnym punkcie.
2. Następujące funkcjonalności w aptece opierają się na Centralnej kartotece towarów:
 - centralne ceny i marże o czym więcej w rozdziale „Zarządzanie cenami”,
 - sugestie sprzedażowe (rozdział pod tym samym tytułem),
 - promocje (rozdział „Zarządzanie promocjami”).
3. Analiza informacji o sprzedaży, zakupach czy magazynie, jest możliwa zarówno w oparciu o Centralną kartotekę towarów, jak i Lokalne kartoteki towarów. Niewątpliwą zaletą pracy na Lokalnej kartotece towarów, jest to, że nie istnieje problem identyfikacji produktu. Analizy zwracają dane oddzielnie dla każdej apteki, a produkt występuje pod apteczną nazwą. Ma to jednak oczywiste wady, których nie ma przy pracy na Centralnej kartotece towarów. Tu jednak jakość uzyskiwanych danych zależy od jakości skojarzenia CBT z Lokalną kartoteką towarów we wszystkich aptekach.

4.4 Kontrahent

Kontrahent jest zbiorem „wspólnym”, który może być synchronizowany albo tylko do centrali, albo do centrali i wszystkich aptek. W procesie synchronizacji następuje „sklejanie” danych dla kontrahentów o takim samym kluczu. Kluczowym problemem do rozwiązania w sieci aptek, jest zadbanie o to, by dany kontrahent wystąpił tylko raz i był w każdej bazie danych jednoznacznie rozpoznany. By rozwiązać ten problem wprowadzono specjalny mechanizm nadawania klucza (identyfikatora) w trakcie zakładania karty dla kontrahenta, na poziomie apteki. Klucz jest widoczny obok nazwy kontrahenta (rysunek 4-8).



Rysunek 4-9 Identyfikator kontrahenta

Zasady są następujące:

1. Jeżeli i pole PESEL i pole NIP jest puste, to program generuje klucz, gdzie pierwsze trzy cyfry to trzy ostatnie cyfry numeru apteki (jeśli trzecią od końca jest cyfra zero, to dwie cyfry).
2. Gdy pole NIP jest wypełnione, klucz jest równy wyrażeniu wpisanemu w to pole.
3. Gdy pole PESEL jest wypełnione, to klucz jest równy wyrażeniu wpisanemu w to pole.

Takie podejście rozwiązuje problem unikalności kontrahenta we wszystkich bazach danych. Nie eliminuje niestety problemu dwóch i więcej kart dla jednego kontrahenta. Co oczywiście odnosić się może wyłącznie do osób fizycznych. Tak się może stać, gdy karta będzie założona bez wpisania jednego z wyżej wymienionych numerów. Ten problem należy rozwiązać organizacyjnie. Mianowicie, po rozpoznaniu, że dany kontrahent występuje więcej, niż jeden raz, pod różnymi identyfikatorami, należy zlecić aptekom, by go wycofały z użycia i założyły nowe karty, zgodnie z procedurą.

Słownik kontrahentów dostępny jest między innymi po uruchomieniu **System → Podstawowe słowniki → Kontrahenci** (rysunek 4-10).

Nazwa	NIP
WĘGLARZ STEFAN I GENOWEFA	
ZIÓŁKOWSKA HELENA I ADAM	
IAPTEKA FLORIS W BOCHNI U.TOMCZYK M.JAĆA	
IAPTEKARZ SP. Z O.O.	813-22-77-576
IASTRA ZENECA POLSKA SP.Z O.O. pgf	5213468221
IASTRAZENECA SPÓŁKA Z O.O. /TORFARM	5213468221
IBOIRON SP. Z O.O.	951-20-63-379
IHURT. FARMACEUT. DIFARMA	527-002-61-18
IITERO KATOWICE S.A.	954-23-64-074
IMackar WYTWÓRNIA CHEMICZNO-KOSMETYCZNA	524-030-58-36
IMEDICARE	954-21-84-194
INATUR PRODUCT ZDROVIT SPZ O.O.	118-00-09-700
IPGF / APTEKARZ	726100935-7
IPGF CEFARM-KRAKÓW SP.Z O.O.	7261009357
IPOLSKA GRUPA FARMACEUTYCZNA SA	72610093-57
ISANDFI-AVENTIS SPZ O.O.	8130140525

Rysunek 4-10 Kontrahenci

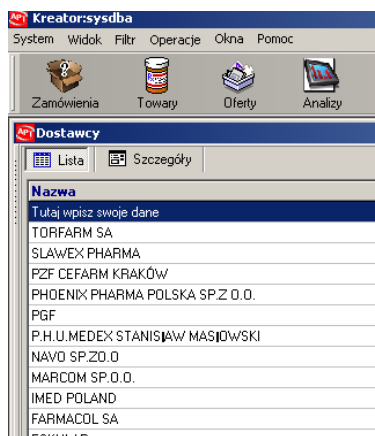
Więcej informacji o słowniku kontrahentów, należy szukać w Podręczniku użytkownika do Infarm dla apteki.

4.5 Dostawcy

Dostawcy to zbiór „lokalny”. Dostawcy, to szczególna kategoria kontrahentów. Z nimi ma miejsce elektroniczna wymiana dokumentów, związanych z procesem zamawiania towaru i przyjmowania dostaw. Obejmuje ona następujące dokumenty: zamówienia, listy braków (odpowieź na zamówienie), oferty i faktury. Aby ta elektroniczna komunikacja mogła funkcjonować, należy ją opisać. Nadto, dla każdego dostawcy należy określić kilka innych parametrów, istotnych w procesie zamawiania i przyjmowania dostaw.

W programie InfarmPharmonia, zbiór widoczny jest w trybie „dla wskazanej apteki”. Pod apteką o numerze 99 dostępne są karty z parametrami odnoszącymi się do zadań realizowanych przez centralę (Pharmonia), w szczególności związanych z centralnymi/pakietowymi zamówieniami. Te karty należy wypełnić z poziomu programu InfarmPharmonia. Tutaj jedna uwaga do ofert elektronicznych, udostępnianych przez hurtownie. O ile apteki zwykle korzystają z tak zwanej oferty sprofilowanej, czyli uwzględniającej wszystkie warunki handlowe, o tyle w centrali wymagana jest tak zwana „goła” oferta – bez

rabatu hurtowego i bez krótkoterminowych promocji organizowanych przez hurtownię. Informacja o dostawcach dostępna jest po uruchomieniu **System** → **Podstawowe słowniki** → **Dostawcy** (Rysunek 4-10).



Rysunek 4-11 Okno słownika dostawców

Pozostając na aptece nr 99, zakładamy karty dla dostawców, co czynimy w sposób opisany w Podręczniku użytkownika Infarm dla apteki.

5 Zarządzanie kartoteką towarową

5.1 Wprowadzenie

Do sprawnego funkcjonowania sieci aptek konieczne jest zsynchronizowanie kartotek i słowników, rozproszonych geograficznie, w wielu bazach danych. Najważniejszą kartoteką z tego punktu widzenia jest kartoteka towarowa. Szczególna rola kartoteki towarowej na rynku farmaceutycznym wynika z faktu, że musi ona zapewnić jednoznaczną identyfikację produktów, nie tylko na poziomie sieci aptek, ale też w relacjach z otoczeniem – z hurtowniami farmaceutycznymi, z producentami, z NFZ i innymi podmiotami, z którymi następuje wymiana informacji o produktach. Wymiany tej jest coraz więcej, a wymagania w tym zakresie coraz bardziej ostre.

Z technicznego punktu widzenia mamy do wyboru dwa rozwiązania:

- Pełna centralizacja – zbiór towarów jest jeden na całą sieć aptek, jest utrzymywany przez centralę. W aptekach edycja zbioru jest zablokowana, wszystkie apteki pracują na jednym i tym samym słowniku. Słownik jest albo udostępniany w chmurze, albo zsynchronizowany na poziomie bazy danych.
- Elastyczna centralizacja – każda apteka w sieci posiada własny, lokalny zbiór towarów. Centrala utrzymuje jeden centralny zbiór towarów i udostępnia go aptekom oraz prowadzi działania zmierzające do skojarzenia lokalnych kartotek towarowych z centralnymi.

W infofarm dla sieci aptek przyjęto model „elastycznej centralizacji”, z następujących powodów:

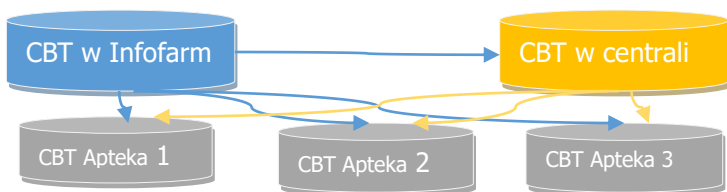
- Umożliwia płynne przejście z modelu zdecentralizowanego do modelu scentralizowanego, na pełnej centralizacji skończywszy.
- Jest możliwy do uruchomienia w każdej sieci aptek, w sposób płynny, nie zakłócający bieżącej pracy aptek (nie wymaga remanentu).
- W sieciach aptek, które nie korzystały z żadnego systemu zarządzania, daje wymierne korzyści już w dniu uruchomienia.
- Powala na podzielenie asortymentu na asortyment zarządzany centralnie i asortyment zarządzany lokalnie i zarządzanie nim, adekwatnie, na poziomie centrali lub apteki.
- Umożliwia płynną wymianę innego oprogramowania na oprogramowanie Infofarm.

Taki model ma niewątpliwie zalety z uwagi na swoją elastyczność, jednak trudno w nim osiągnąć stuprocentową pewność skojarzenia słowników. Jest on też konieczny do zastosowania w okresie przejściowym od modelu zdecentralizowanego lub w okresie po wymianie innego oprogramowania na oprogramowanie Infofarm.

5.2 Centralna kartoteka towarów

Rolę centralnego słownika towarów w sieci aptek pełni Centralna Baza Towarów. Wiemy już (Rozdział „Najważniejsze zbiory danych i ich rodzaje”), że CBT, dodatkowo, pełni rolę katalogu produktów dostępnych na rynku aptecznym i z tego właśnie powodu CBT jest zsynchronizowana nie tylko między centralą sieci aptek i aptekami, ale również pomiędzy serwerem Infofarm i

centralą sieci aptek, oraz serwerem Infofarm i aptekami. Schemat przepływu danych pomiędzy Infofarm, a centralą sieci aptek oraz Infofarm i apteką przedstawia poniższy rysunek.



Przepływ danych jest jednokierunkowy – od Infofarm do centrali i aptek, oraz z centrali do aptek. Patrząc od strony centrali sieci aptek, z uwagi na pochodzenie informacji w karcie danego produktu, wyróżniamy więc 3 przypadki:


1. Informacja dostarczana jest w sposób zautomatyzowany z Serwera Infofarm, a dane o produkcie opierają się na Farmaceutycznej Bazie Danych BAZYL firmy IMS Health. Karty produktów założone w ten sposób mają identyfikatory zawierające się w przedziale od 1 do 500.000. Karty te mają charakter priorytetowy, o czym niżej.
2. Informacja jest dostarczana analogicznie, jak w punkcie 1, ale źródłem danych są bezpośrednio materiały producentów tych produktów. Są to karty zakładane bezpośrednio przez zespół Infofarm. Karty zakładane w ten sposób mają identyfikatory zawierające się w przedziale 501.000 do 1.000.000. Taka potrzeba zrodziła się z dwóch powodów:
 - Nie wszystkie produkty dostępne w obrocie aptecznym są przedmiotem zainteresowania firmy IMS Health,
 - Produkty pojawiają się na rynku wcześniej niż informacja o nich dostępna jest w FBD BAZYL.
3. Karta produktu zakładana jest przez pracowników centrali sieci aptek. Po prostu użytkownik sam zakłada kartę dla produktu. Tak założone karty mają identyfikatory o numerach wyższych niż 1 000 000. Powody, dla których taka możliwość istnieje są oczywiste. Liczba produktów „bez recepty”, która może pojawić się w aptece, jest tak olbrzymia, że nie jest możliwe, by IMS i Infofarm zabezpieczyli pełne potrzeby w tym zakresie i w odpowiednim czasie.

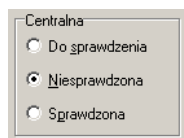
5.3 Centralna karta towaru

W CBT mamy więc informację o większości produktów dostępnych na polskim rynku aptecznym. Każdy z nich jest opisany szeregiem, istotnych w działalności aptek, parametrów. Rodzi się pytanie, w jaki sposób karta (rekord) w CBT staje się kartą w centralnej kartotece towarowej sieci aptek? O tym właśnie decyduje osoba odpowiedzialna za zarządzanie kartoteką towarów. W praktyce mamy tu do czynienia z następującymi sytuacjami:

- Usankcjonowaniem stanu faktycznego – karta centralna została już „wybrana” przez apteki wcześniej. Tak jest na przykład z produktami refundowanymi, które muszą mieć jednoznaczną identyfikację do sprawozdawczości refundacyjnej i dzięki temu zostały skojarzone z CBT przez apteki.

- Wyeliminowaniem błędnych skojarzeń – niektóre apteki nieprawidłowo skojarzyły kartę lokalną z kartą centralną lub nie skojarzyły wcale, lub też nie mają karty lokalnej na dany produkt, bo nie posiadały go w obrocie. Konieczne jest doprowadzenie do zgodności we wszystkich aptekach, a w niektórych z aptek, założenie nowych kart w lokalnej kartotece towarowej.
- Wybraniem nowej karty i doprowadzeniem do jej skojarzenia we wszystkich aptekach – asortyment jest dynamiczny w czasie. Na rynku pojawiają się nowe produkty, inne z kolei wypadają z obrotu. W procesie zarządzania asortymentem są podejmowane decyzje o wprowadzeniu do obrotu produktów, wcześniej niedostępnych i wycofywanie innych.
- Założeniem nowej karty – założenie nowej karty centralnej, to szczególny przypadek „wyboru nowej karty”. Tak postępujemy tylko wtedy, gdy karta taka jeszcze nie istnieje w CBT. Nie została zsynchronizowana z serwera Infarm ani nie została wcześniej założona przez centralę.

Wszystkie operacje związane z zarządzaniem kartoteką towarów, realizowane są z poziomu opcji CBT (). Karty są odpowiednio oznaczane za pomocą dostępnego w zakładce **Dane podstawowe**, parametru **Centralna** (Rysunek 5-1).



Rysunek 5-1 Status karty w CBT

Parametr może przyjąć następujące wartości:

Do sprawdzenia – karty centralnej kartoteki, które mają być zweryfikowane przez personel aptek,

Niesprawdzona – karty w CBT, które nie są kartami centralnej kartoteki towarów

Sprawdzona – karty centralnej kartoteki, zweryfikowane w całej sieci i zablokowane do edycji (zablokowane opcjonalnie). Zweryfikowane karty centralne są widoczne i w centrali, i w aptekach w kolorze beżowym (Rysunek 5-2).

Nazwa	Producent	Postać	KOD	Cena det Br	Cena det	Marża	Marża %	Stan	Liczenie C Det
100 PROCENT PIELĘGNACJI - BIOAKTYWNY KREM REWITALIZUJĄCY ZIARNA	KREM		110314	10,95	8,90	6,59	2,32	26,07	5
100% ABOOS MEN KAPS. + TABL. 1 ZESTAW: 28 TABL. + 28 KAPS.	FORTE PHARMA	KAPS. + TABL.	145117						
100% NATURAL - AEROCZOL OCHRONNY SKUTECZNE ODSTRASZA KSI LAB	AEROCZOL		131260	13,49	10,97	6,32	4,64	42,35	20,00
100% NATURAL - AEROCZOL OCHRONNY SKUTECZNE ODSTRASZA KSI LAB	AEROCZOL		160043						
100% NATURAL - PLYN LAGODZĄCY UKASZENIA DŁAWIDÓW PLYN 1% LAB	PLYN		130766		8,99	7,31	5,11	2,20	30,03
100% NATURAL - PLYN LAGODZĄCY UKASZENIA DŁAWIDÓW PLYN 8% LAB	PLYN		132712						
100% NATURAL ORINKO JUNIOR - ZEL OCHRONNY ZEL 60 ML S-LAB	ZEL		160044	18,99	15,44	9,23	6,21	40,22	0,90
100% NATURAL ORINKO JUNIOR - ZEL PO UKASZENIU DŁAWIDÓW Z S-LAB	ZEL		160045	9,49	7,72	4,63	3,08	39,94	6,00
123 SEZAME STREET - BUTELKA PLASTIKOWA DEKOROWANA 125 MLDYAL KING INFANT PRODUCTS	BUTELKA		98947	6,99	5,68	3,63	2,05	36,12	1,00
123 SEZAME STREET - BUTELKA PLASTIKOWA DEKOROWANA 250 MLDYAL KING INFANT PRODUCTS	BUTELKA		98948	6,99	5,68	3,49	2,20	38,77	1,00

Rysunek 5-2 Beżowe karty centralnej kartoteki towarów

Kolor beżowy i zestaw filtrów ułatwiają poruszanie się po zbiorze:

- „**Karty centralne**” – karty które mają status **Centralna=Sprawdzona**.
- „**Karty skojarzone - 100%**” – karty skojarzone z lokalną kartą towaru we wszystkich aptekach sieci.
- „**Karty skojarzone nie w pełni**” – karty skojarzone z lokalną kartą towaru chociaż w jednej aptece, ale nie we wszystkich aptekach.

Z kolei informację na temat skojarzenia karty centralnej, z kartami w lokalnych kartotekach towarów, w poszczególnych aptekach, uzyskamy z poziomu zakładki **Lokalne kartoteki towarów** (Rysunek 5-3).

Apteka	Towar	Centralna	Nazwa apteki
▶	10021 GLUKOZA PŁYNNNA 1Ww X 10 SASZ.	S	[Redacted]
	10026 GLUKOZA PŁYNNNA 1Ww X 10 SASZ.	N	[Redacted]
	10028		[Redacted]
	10022		[Redacted]
	10129 GLUKOZA W PŁYNNIE 1Ww x 10 SASZ. POMARAŃCZ N		[Redacted]
	10130 GLUKOZA W PŁYNNIE 1Ww x 10 SASZ. POMARAŃCZ N		[Redacted]

Rysunek 5-3 Zakładka **Lokalne kartoteki towarów**

W kolumnie **Towar** widzimy nazwę towaru w lokalnej kartotece towarowej, w poszczególnych aptekach. Pusta linijka oznacza, że w aptece ta karta centralna nie jest skojarzona z żadną kartą lokalną. Może również się zdarzyć, że karta będzie skojarzona, ale nieprawidłowo.

5.4 „Centralizacja” karty w CBT

Przez „centralizację” będziemy rozumieć proces wyznaczenia karty jako karty w centralnej kartotece towarowej, oraz przeprowadzenie procesu weryfikacji, w całej sieci aptek. W najbardziej złożonym przypadku, na taki proces złożą się następujące czynności:

1. Założenie nowej karty w CBT.
2. Oznaczenie jej jako „Do sprawdzenia”, by poinformować apteki o konieczności jej weryfikacji,
3. Założenie nowej karty w aptece, w lokalnej kartotece towarowej,
4. Skojarzenie w aptece nowej karty lokalnej z wskazaną kartą centralną,
5. Zmiana w aptece statusu karty lokalnej na „Sprawdzona”,
6. Zmiana w Pharmonii statusu karty w CBT na „Sprawdzona”.

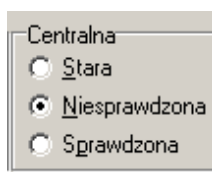
Przeanalizujemy cały proces od końca. Od końca, bo w najprostszym przypadku i całkiem często występującym, sprowadzi się on jedynie do punktu 6, a zwykle będzie obejmował tylko wybrane czynności z powyższej listy, a nie wszystkie.

5.4.1 Zmiana w centrali statusu karty w CBT na „Sprawdzona”

Po upewnieniu się, że skojarzenie karty we wszystkich aptekach jest prawidłowe (zakładka **Lokalne kartoteki towarów**) zmieniamy jej status na **Sprawdzona**. Koniec.

5.4.2 Zmiana w aptece statusu karty lokalnej na „Sprawdzona”.

Po sprawdzeniu, że z daną kartą centralną jest skojarzona prawidłowa karta lokalna, status karty lokalnej zmieniany jest na „Sprawdzona” – analogiczny parametr, dostępny w **Towary→Dane podstawowe** (Rysunek 5-4).



Rysunek 5-4 Centralna kartoteka

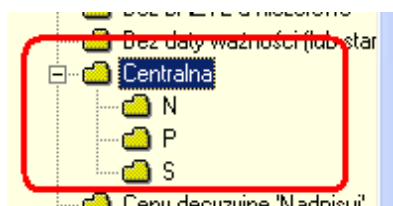
Dla ustawienia **Sprawdzona**, w widoku na listę towarów, wiersz jest wyróżniony kolorem beżowym (Rysunek 5-5). Analogiczna sytuacja, jak w CBT. To pozwalała na wzrokowe rozróżnienie kart zweryfikowanych od tych jeszcze nie sprawdzonych.

Apteka	Nazwa towaru	Stan	Sprzedaz	Stan min	Nadwyżka	Wart nadw
10046	GRIPEX X 24 TABL	69	2	69	0,000	0,00
10046	GRIPEX X 10 TABL	5	1	5	0,000	0,00
10046	GRIPEX V-CAPS X 12 KAPS	0		0	0,000	0,00
10046	GRIPEX SINUCAPS X 10 KAPS.	0		0	0,000	0,00
10046	GRIPEX NOC X 6 TABL	0		0	0,000	0,00
10046	GRIPEX NOC X 12 TABL	14		14	0,000	0,00
10046	GRIPEX MAX X 20 TABL	3		3	0,000	0,00
10046	GRIPEX MAX X 10 TABL	4		4	0,000	0,00
10046	GRIPEX HOTACTIV X 8 SASZETEK D SMAKU CYTRYNOWYM	0		0	0,000	0,00
10046	GRIPEX HOTACTIV X 12 TOREBEK	1,16667	0,83333	1,16667	0,000	0,00
10046	GRIPEX HOTACTIV FORTE X 8 SASZETEK	3		3	0,000	0,00
10046	GRIPEX HOTACTIV FORTE X 12 TOREBEK	0		0	0,000	0,00
10046	GRIPEX CONTROL X 12 TABL	3		3	0,000	0,00

Rysunek 5-5 Wyróżnienie karty lokalnej „scenzalizowanej”

Rodzi się oczywiście pytanie, na jakiej podstawie personel apteki ma w ogóle podjąć działania związane z centralizacją kartoteki towarowej? Sytuacja jest bardzo prosta. Ktoś systematycznie otwiera CBT i włącza filtr Centralna = S (Do sprawdzenia). Jeśli lista nie jest pusta, podejmuje odpowiednie kroki. Można oczywiście wymusić takie działanie odpowiednią wiadomością przesłaną z centrali do aptek.

W **Towarach** znajduje się również filtr, pozwalający na selekcję towarów z uwagi na centralizację (Rysunek 5-6). Filtr rozwijany, z oznaczeniami: N – niesprawdzona, S - stara, P – sprawdzona.



Rysunek 5-6 Filtr „Centralna”

5.4.3 Skojarzenie w aptece karty lokalnej z nową kartą centralną

Ściślej z kartą w CBT, oznaczoną jako „Do sprawdzenia”. Jeżeli karta centralna w CBT, o statusie „Do sprawdzenia” nie jest skojarzona z kartą lokalną lub też jest skojarzona, ale nieprawidłowo, dokonujemy skojarzenia lub zmieniamy kartę nieprawidłowo skojarzoną. W tym celu, najwygodniej jest, z poziomu kartoteki lokalnej (opcja **Towary**), przejść do zakładki Dane podstawowe, gdzie w polu CBT wskazujemy odpowiednią kartę centralną. Gdy mamy do czynienia z błędnie skojarzoną kartą, wcześniej dla tej błędnej usuwamy skojarzenie lub skojarzymy ją prawidłowo.

5.4.4 Zakładanie nowej karty towaru lokalnej

Nowe karty towarowe lokalne, personel apteki zakłada wyłącznie w oparciu o CBT ze statusem „Do sprawdzenia” lub „**Sprawdzona**”. Procedura zakładania nowej karty w oparciu o CBT

została opisana w „Instrukcji użytkownika Infofarm dla apteki”. Karta musi być założona w każdej aptece, nawet gdy dany produkt nie rotuje w niej.

Incydentalnie może zdarzyć się w aptece sytuacja, że personel nie może odnaleźć odpowiedniej karty w CBT, do założenia nowej karty lokalnej. W takiej sytuacji personel apteki winien zwrócić się do centrali o jego wskazanie (o podanie id_cbt). W ostateczności centrala zakłada nową kartę w CBT, zgodnie z niżej opisaną procedurą, a apteka ręcznie uruchamia synchronizację danych z centralą, celem pobrania informacji o nowej karcie towaru (**Synchronizacja zdalna**→**Centralna CBT**).

Inne sposoby na zakładanie karty lokalnej powinny zostać zablokowane, a przynajmniej traktowane jako absolutnie awaryjne rozwiązanie i stosowane wyłącznie, gdy centrala sieci jest „nieczynna”, a przyjęcie towaru jest niezbędne dla bieżącego funkcjonowania (przyjęcie dostawy i sprzedaż). Oczywiście taka sytuacja wymaga podjęcia dalszych kroków, to jest:

- wskazanie lub założenie karty dla produktu w CBT, przez centralę,
- „wysłanie” informacji o nowej karcie do aptek,
- skojarzenie karty w **Towarach** z wskazaną kartą w **CBT**,
- zmiana statusu karty w **Towarach** na **Sprawdzona**.

5.4.5 Oznaczenie karty w CBT jako „Do sprawdzenia”, by poinformować apteki o konieczności jej weryfikacji

Gdy wprowadzamy nowy produkt do obrotu, lub też jesteśmy w trakcie początkowego etapu uzgadniania kartotek towarowych w sieci aptek, proces rozpoczynamy od wskazania karty w CBT, która po zweryfikowaniu stanie się kartą centralną produktu. W tym celu zmieniamy status **Centralna** na **Do sprawdzenia**. W procesie synchronizacji danych, ta informacja zostanie przesłana do aptek, gdzie nastąpi kontrola prawidłowości skojarzenia z kartą, oznaczenie karty lokalnej jako sprawdzonej, ewentualnie założenie nowej karty lokalnej. W sposób opisany we wcześniejszych punktach. W kolejnym procesie synchronizacji danych, pomiędzy aptekami i centralą, zaktualizowane dane o lokalnych kartach towarów zostaną przesłane z aptek do centrali, co będzie widoczne w centrali w **CBT** w zakładce **Lokalne kartoteki towarów**.

5.4.6 Oznaczenie karty w CBT jako „Sprawdzona”.

Kiedy już karta zostanie zweryfikowana w całej sieci, lub też jest pewność, że karta jest prawidłowo skojarzona we wszystkich aptekach (np. leki refundowane), zmieniamy jej status na „Sprawdzona”. To kończy proces „centralizacji” kartoteki towarowej.

5.4.7 Założenie nowej karty w CBT

Incydentalnie musimy założyć nową kartę towaru centralną. To bardzo ważne i odpowiedzialne zadanie. Niedbałość w tym zakresie musi skutkować problemami w przyszłości. Zakładając nową kartę należy wziąć pod uwagę:

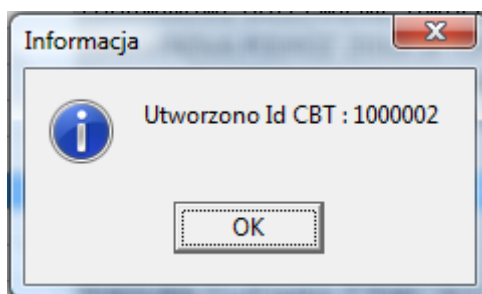
- Fakt, że karta zakładana ręcznie ma najniższą rangę (hierarchia kart),
- Fakt, że karta zakładana ręcznie zwykle ma niepełne dane, bo jest ich dużo,

- Fakt, że karta zakładana ręcznie ma zwykle charakter tymczasowy i powinna zostać podmieniona w przyszłości kartą założoną w oparciu o FBD BAZYL.

Przy zakładaniu nowej karty należy trzymać się czterech zasad:

- Musimy znać kod EAN produktu, dla którego chcemy założyć kartę.
- Musimy mieć absolutną pewność, że karta taka nie istnieje w CBT. Taką pewność uzyskamy wyłącznie, przeszukując **CBT** po kodzie EAN (dostępna w **CBT** pod prawym przyciskiem myszki, funkcja **Wyszukaj→Kod EAN**).
- Musimy (koniecznie!) wpisać kod EAN (klasyfikacja o tej samej nazwie). To nam zapewni, że w momencie, gdy na ten produkt zostanie założona karta przez Infarm, nastąpi automatyczna podmiana, według mechanizmu opisanego w podrozdziale o hierarchii kart.
- Musimy przeprowadzić proces centralizacji tej karty.

Najwygodniej założyć kartę w CBT, wykorzystując mechanizm kopiowania karty. Zaczynamy od włączenia trybu edycji (**Operacje→Tryb edycji** lub wciskamy **F11**). Następnie wyszukujemy kartę na podobny produkt, najlepiej tego samego producenta. I uruchamiamy **Operacje→Kopia**. Program skopiuje kartę, a na ekranie pojawi się komunikat z podanym identyfikatorem karty założonej (Rysunek 5-7).



Rysunek 5-7 Identyfikator nowo założonej karty w CBT

Klikamy w „OK.”. Następnie sortujemy CBT po polu i wyszukujemy kartę o podanym identyfikatorze. Wchodzimy w poszczególne zakładki, przynajmniej w „Dane podstawowe” i poprawiamy odpowiednie dane (minimum nazwę i nazwę skróconą produktu). Bardzo ważnym jest, by dla klasyfikacji Kod EAN, wpisać prawidłowy kod EAN produktu.

5.4.7.1 Hierarchia kart w CBT

Mamy trzy niezależne działające mechanizmy zakładające karty w CBT. Upraszczając – karty w CBT zakładają: użytkownik, Infarm, IMS Health. Może więc dochodzić do sytuacji, że po pewnym czasie mamy w bazie danych 3 karty na to samo. Aby eliminować ten problem, w programie istnieje mechanizm podmieniania kart. Jak działa?

4. Po pierwsze mamy hierarchię ważności kart – 1. BAZYL, 2. Infarm, 3. Własna karta (1 – najważniejsza).

5. Przy aktualizacji CBT z Serwera Infofarm następuje zakładanie nowych kart w oparciu o BAZYL i Infofarm.
6. Zanim nowa karta zostanie założona w CBT, program sprawdza czy w zbiorze nie istnieje już karta z kodem EAN, takim, jak ma karta nowa. Jeśli tak, a karta jest niższa w hierarchii, jest ona usuwana, a wszystkie powiązania aktualizowane do nowej karty o wyższej pozycji hierarchii.

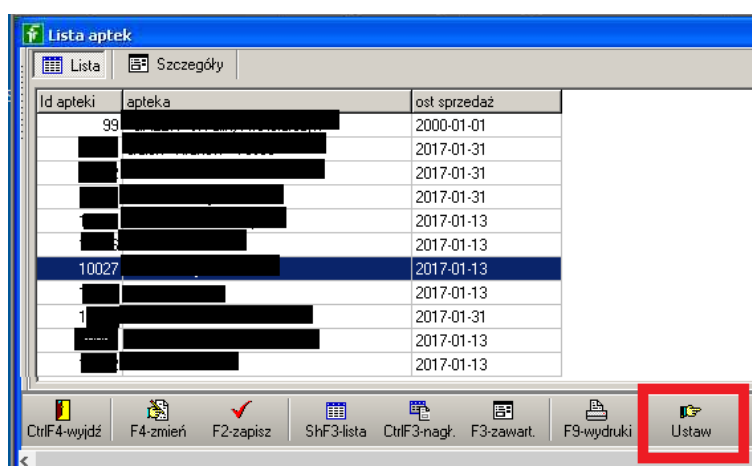
UWAGA! Gdy zakładamy kartę w CBT, wpisujemy koniecznie numer EAN – zakładka **Klasyfikacje**, klasyfikacja o nazwie **Kod EAN**. To zapewni spójność kartoteki towarowej wewnątrz sieci, ale i na zewnątrz – w relacjach z producentami i hurtowniami. Nie bez znaczenia są również dodatkowe informacje dostępne w kartach założonych przez Infofarm, o czym w rozdziale o zarządzaniu asortymentem.

6 Przeglądanie danych z aptek

W procesie synchronizacji baz danych, w centrali powstaje baza danych, która jest wierną kopią baz danych wszystkich aptek. To pozwala na przeglądanie aptecznych danych w jednym miejscu, bez potrzeby zaglądania bezpośrednio do aptek. Ograniczenie jest tylko jedno. Mamy dostęp do informacji według stanu, jaki był w momencie ostatniej synchronizacji danych. Przykładowo, jeśli synchronizacja będzie realizowana w cyklu dobowym, to mamy dane według stanu na koniec dnia poprzedniego.

Sposób poruszania się po danych jest zbliżony do tego, jak to wygląda w programie Infarm dla apteki, dlatego warto posiłkować się instrukcją do tego programu. Są niewielkie różnice:

- Mamy dostęp do danych z wszystkich aptek, więc zanim gdzieś „zajrzemy” musimy wskazać aptekę, której dane chcemy przeglądać. W tym celu uruchamiamy funkcję **Apteki**, wskazujemy aptekę, której dane chcemy przeglądać i klikamy w **Ustaw** (Rysunek 6-1).



Rysunek 6-1 Wybór aktywnej apteki

Nazwa otwartej apteki będzie widoczna w lewym górnym rogu (Rysunek 6-2).



Rysunek 6-2 Otwarta apteka

- Wybrane słowniki lokalne, możemy przeglądać w trybie „wszystkie apteki”. Przykładowo kartoteka towarów (lokalne karty towarów). Wchodzimy w towary i uruchamiamy **Operacje**→**Pokaż z wszystkich aptek**.
- Słowniki centralne i wspólne są widoczne w całości, niezależnie od tego, która apteka jest otwarta.
- Analizy operują na danych z wszystkich aptek, niezależnie od tego, jaka apteka jest otwarta, chyba że jest to wyraźnie zaznaczone w opisie analizy.

7 Zarządzanie zapasami

Zarządzanie zapasami w sieci aptek obejmuje swoim zakresem:

- zamówienia centralne/pakietowe,
- zamówienia lokalne/apteczne, nadzór nad nimi i sterowanie,
- koordynacja zamówień centralnych i lokalnych,
- nadzorowanie i kontrola ogniw odpowiedzialnych za realizację zamówień,
- optymalizacja pozioma zapasów poprzez przesunięcia towaru pomiędzy aptekami,
- monitorowanie i ocena efektywności gospodarki zapasami i jej poszczególnych składowych.

7.1 Zamówienia pakietowe i półki odsprzedażowe

Przez zamówienia „pakietowe”, należy rozumieć zamówienia przygotowywane i składane przez centralę sieci aptek, bezpośrednio na ręce producenta, cyklicznie, zwykle raz w miesiącu. Zamówienie takie dotyczy zwykle wszystkich aptek sieci, a towar zamówiony w ten sposób zazwyczaj trafia bezpośrednio do aptek. Zamówienia realizowane w ten sposób, są źródłem wymiernych korzyści, w postaci dodatkowych rabatów producenckich i czasem tak zwanych dokładek ze strony hurtowni, która ostatecznie dostarczy towar.

Z kolei przez „półki odsprzedażowe”, należy rozumieć sytuację, w której, sieć aptek uzgadnia z producentem warunki zakupu, natomiast sam proces zamawiania i dostawy jest realizowany na poziomie apteki. Istotną sprawą jest to, by zamówienie z apteki trafiało do właściwej, uzgodnionej z producentem hurtowni.

7.1.1 Przeznaczenie modułu

Zakres funkcjonalny modułu obejmuje czynności związane z przygotowaniem i realizacją zamówień pakietowych i kontrolą ich realizacji na poziomie aptek i/lub centralnym. W zakresie „półek odsprzedażowych”, moduł pozwala na wydanie rekomendacji aptekom, co do konieczności kupowania produktów we wskazanej hurtowni oraz kontrolę czy dostawy są realizowane na wynegocjowanych warunkach. W szczególności za pomocą modułu można:

1. Obliczyć popyt sieci na zamawiane produkty.
2. Zebrać w jedno miejsce (super tabela) wszystkie potrzebne dane do podjęcia decyzji.
3. Rozbić zamówienie zbiorcze na poszczególne apteki,
4. Wygenerować zamówienie w postaci pliku Excel, gotowe do wysłania do przedstawiciela producenta i hurtowni.
5. Kontrolować realizację zamówienia, w zakresie wynegocjowanych warunków (cen) oraz ilości, tym samym sprawdzić poziom wywiązywania się z zadań osób zaangażowanych w przedsięwzięcie: przedstawiciela producenta, hurtownię dostarczającą pakiet, oraz personel aptek.
6. Obliczyć jakie straty ponosi sieć aptek z tytułu dostaw produktów pakietowych, na „zwykłych”, czyli na gorszych warunkach handlowych.

7. Sterować zamówieniami aptecznymi, poprzez wystawianie rekomendacji i blokad.

7.1.2 Przygotowanie i składanie zamówień pakietowych

Przygotowanie zamówienia centralnego, to proces, na który składają się następujące etapy:

1. Wskazanie produktów objętych zamówieniem pakietowym.
2. Dopisanie zamówienia, w szczególności określenie daty i opisu identyfikującego jednoznacznie zamówienie.
3. Automatyczna projekcja zamówienia zbiorczego, w oparciu o wskazany okres analizy, okres, na jaki zamawiamy towar i inne parametry.
4. Symulacja naiwna, połączona z manipulacją hurtowaniami, ilościami, dodatkowymi rabatami i innymi parametrami. Każdorazowo obliczamy zysk na pakiecie w postaci dodatkowych rabatów i prognozowany okres upłynnienia, by ostatecznie zdecydować, w jakich ilościach i w jakiej hurtowni zrealizować dostawę.
5. Generacja zamówienia ogólnego i na poszczególne apteki.
6. Przygotowanie pliku Excel adresowanego dla przedstawiciela producenta i hurtowni (opcja).
7. Dystrybucja do aptek informacji dotyczących zamówienia pakietowego, w tym rekomendacji magazynowych i blokad.
8. Kontrola realizacji zamówienia pakietowego.
9. Ocena efektywności zamówień pakietowych.

7.1.2.1 Wskazanie produktów objętych pakietem

Zamówienie pakietowe „obliczane” jest dla produktów, które mają być „ujęte w zamówieniu”. Konkretnie, dla produktów, które mają włączony parametr „**Ujmować w zamówieniu**”, dostępny w zakładce **Dane podstawowe** w **CBT**. By wskazać produkt do zamówienia, zaznaczamy „Grupa 1”. Jeśli zamówienia pakietowe są przygotowywane przez kilka osób, które pracują równocześnie na kilku stanowiskach w sieci komputerowej, to każda z nich wybiera jedno z trzech dostępnych ustawień - „Grupa 1” lub „Grupa 2” lub „Grupa 3”. Pozycje można oznaczać/odznaczać pojedynczo, klikając na odpowiednim polu. Można zbiorczo dla wszystkich produktów objętych włączonym filtrem, za pomocą funkcji **Operacje->Zamówienia->Zaznacz widoczne/Odznacz widoczne**. Lub używając skrótu klawiszowego, odpowiednio: zaznacz – **Ctrl+Z**/ odznacz – **Ctrl+O**.

Przy pracy kilku osób w pierwszej kolejności wskazujemy grupę (**Operacje->Zamówienia->Grupa zamawiania**), a następnie **Zaznacz widoczne/Odznacz widoczne**.

Oznaczanie kolejno pozycji po pozycji, które mają być ujęte w zamówieniu pakietowym, byłoby nieefektywne. Zwykle produkty będziemy oznaczać, pracując na filtrach. Mamy dwie możliwości:

- Oprzeć się na dostępnym w **CBT** polu **Producent**. To rozwiązanie jest gotowe od ręki i to jest jego podstawowa zaleta. Jego zaletą jest również, to, że lista produktów jest

aktualizowana systematycznie, co uwalnia nas od konieczności pilnowania zmian na listach produktów, poszczególnych producentów. Wadą takiego podejścia, jest, to, że nie wszystkie produkty danego producenta są objęte kontraktowaniem. Do zastosowania tego rozwiązania użyjemy filtr **Producent/Kategoria**, który pozwoli nam pracować oddzielnie na produktach OTC i Rx. Zdarza się, że kontrakt obejmuje kilku producentów, mających jednego reprezentanta. Wtedy wykonamy operację oznaczania dla każdego z nich.

- Oprzeć się na samodzielnie opracowanych klasyfikacjach (producenci i kategorie), o czym niżej w podrozdziale „Przygotowania do uruchomienia modułu”.

Należy pamiętać, że każdorazowo, gdy chcemy oznaczyć nową listę produktów do zamówienia, musimy odznaczyć aktualną. Do tego celu użyjemy rozwijany filtr **Ujęte** i funkcję „Odznacz widoczne” (lub Ctrl+O). Za pomocą tego samego filtra możemy upewnić się czy lista jest już kompletna. Filtr **Ujęte** zwraca następujące wartości”

- **T** – Grupa 1,
- **A** – Grupa 2,
- **B** – Grupa 3,
- **N** – Nie ujmować.

7.1.2.2 Dopisanie nowego zamówienia pakietowego

Gdy już mamy w CBT oznaczone produkty, które mają być ujęte w zamówieniu, przechodzimy do zamówień pakietowych, wciskając **Pakietowe** (ikonka). Na ekranie pojawi się rejestr już wprowadzonych pakietów. By dopisać nowe zamówienie pakietowe, wciskamy **Ins** lub dostępny w prawym górnym rogu „plusik” (+). Na ekranie pojawi się okno z ogólnymi danymi zamówienia (Rysunek 7-1).

Rysunek 7-1 Zamówienie pakietowe – dane ogólne

Wypełniamy poszczególne pola:

Data oferty – dzień, w którym jest przygotowywane zamówienie pakietowe.

Opis – Informacja tekstowa jednoznacznie identyfikująca zamówienie, najlepiej ujmująca: nazwę producenta, kategorię produktów i datę sporządzenia zamówienia, na przykład „AFLOFARM_OTC_10.05.2016”.

Zamów u dostawcy – hurtownia, która dostarczy towar do aptek. Można ją wskazać na późniejszym etapie, gdy już wiemy, która ma najlepsze ceny.

(Sprzedaż **od**, **Sprzedaż do**) – przedział czasu, z którego będzie brana sprzedaż do obliczenia zapotrzebowania. Sprzedaż z tego właśnie okresu będziemy widzieć w innych miejscach programu.

Budżet kwota, Budżet % - jeśli chcemy, by program rozliczał również korzyści uzyskiwane w formie budżetu fakturowanego oddzielnie (np. odsprzedażowy), wpisujemy w to pole przewidywaną jego wartość.

(Realizacja **od**, **Realizacja do**) - przedział czasu, w jakim zamówienie ma pokryć zapotrzebowanie. Daty te muszą być wskazane z należytą starannością, bo one decydują, w jakim okresie czasu, pakiet jest widoczny w aptekach, o czym niżej. Data w polu **Realizacja od** powinna pokryć się z ustalonym terminem dostawy pakietu do aptek (nie wcześniej). Natomiast data wpisana w pole **Realizacja do** powinna wskazać dzień, do którego pakiet powinien pokryć zapotrzebowanie.

Powiązana promocja – jeżeli sprzedaż produktów z zamówienia pakietowego ma być wspierana, na przykład systemem premijującym sprzedaż wybranych produktów, tu wskazujemy promocję powiązaną z pakietem. Więcej na ten temat w rozdziale „Zarządzanie promocjami”.

Dostawcy brani pod uwagę – możemy wskazać do 5 hurtowni, które zostaną objęte analizą. Program podpowiada wszystkie, które mają zaznaczone **Podpowiadaj przy zamawianiu**, w **System->Podstawowe słowniki->Dostawcy**, zakładka **Dane podstawowe**.

Podstawowy upust – upust wynikający z umowy współpracy z poszczególnymi hurtowniami. Pole to wypełniamy wyłącznie wtedy, gdy upust taki jest uwzględniony w cenach, jakie pojawiają się na fakturach zakupu w aptekach. Pole nie jest wypełniane, gdy rabaty takie rozliczane są na odrębnych fakturach.

Dodatkowy upust - dodatkowy upust na pakiet, zaproponowany przez hurtownię (tak zwana „dokładka”).

Status pakietu – sekcja wskazująca na jakim etapie jest zamówienie pakietowe:

Planowany – pozwala pracować na pakiecie bez rozsyłania informacji do aptek.

W realizacji – ten status wybieramy, po złożeniu zamówienia do producenta. Informacja o pakiecie, pojawi się w aptekach, po synchronizacji baz danych, czyli zwykle dnia następnego.

Zrealizowany – pakiet został dostarczony. Status wykorzystywany w aptekach, o czym w dalszej części instrukcji.

Zamawianie w aptekach – sekcja rekomendacji magazynowych. Pozwala na ingerowanie centrali w proces zamawiania w aptekach. Rekomendacja może być jedna do całego

zamówienia (właśnie ten parametr), lub dla konkretnego produktu (o czym niżej). Parametr może przyjąć następujące wartości:

Zablokowane – na poziomie apteki nie można zamawiać produktu.

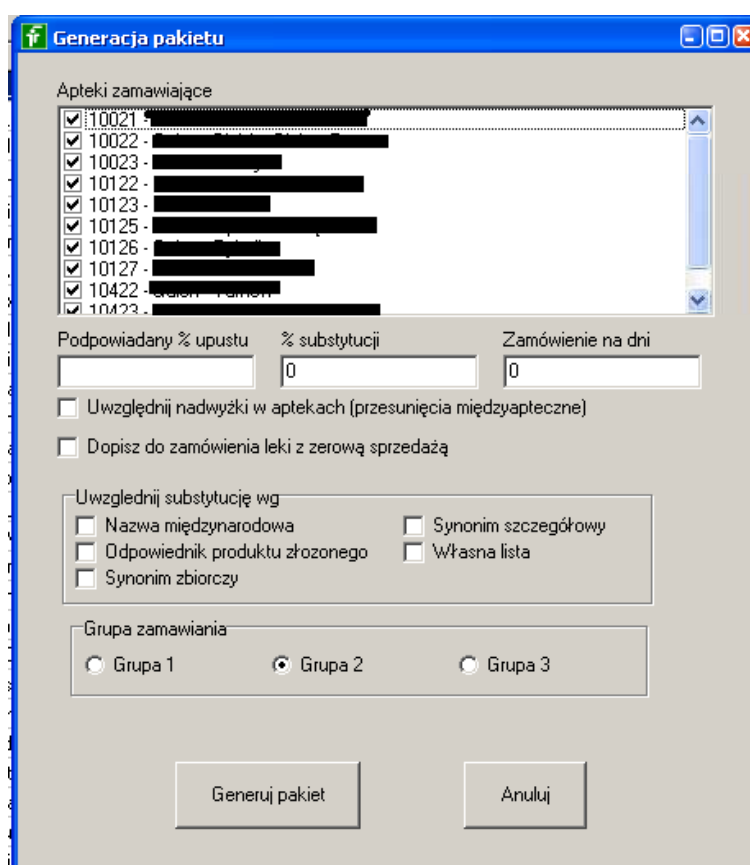
Tylko wskazany dostawca – personel apteki może samodzielnie zamawiać produkt, ale tylko we wskazanej hurtowni.

Bez ograniczeń – personel realizujący zamówienia w aptekach otrzyma tylko ostrzeżenie, natomiast nie jest w żaden sposób ograniczany w działaniu. Jest to domyślne ustawienie.

Po uzupełnieniu wymaganych informacji, zapisujemy pakiet, wciskając **F2** i przystępujemy do projekcji zamówienia.

7.1.2.3 Automatyczna projekcja zamówienia

Uruchamiamy **Operacje**→**Generacja pakietu**. Na ekranie pojawi się okienko z parametrami generacji (Rysunek 7-2).



Rysunek 7-2 Generacja pakietu

Apteki zamawiające – możemy zawęzić listę aptek objętych zamówieniem. Program podpowiada wszystkie.

Podpowiadany % upustu – taki rabat producencki zostanie wpisany dla każdej pozycji z pakietu. Wpisujemy ten, najczęściej występujący, potem korygujemy na poszczególnych pozycjach zamówienia.

% substytucji – prognoza może uwzględniać sprzedaż odpowiedników, rodzaju wskazanego w sekcji „Uwzględnij substytucję wg.”. Wpisujemy, w jakiej części mają być one wzięte pod uwagę. W procentach.

Zamówienie na dni – okres, na jaki chcemy zatowarować apteki. Jeśli zostanie pominięty, program przyjmie długość okresu, stanowiącego postawę prognozy (Sprzedaż od i Sprzedaż do).

Uwzględnij nadwyżki w aptekach – zdarza się, że przy ogólnym zapotrzebowaniu na dany produkt, pojedyncze apteki mają jego nadwyżkę. Parametr decyduje czy mają być one ignorowane (traktowane jako w normie), czy odjęte od ogólnego zapotrzebowania.

Dopisz do zamówienia leki z zerową sprzedażą – wśród produktów z listy wskazanej w CBT zwykle będą też takie, które nie rotowały w analizowanym okresie. Parametr decyduje czy w takiej sytuacji produkt ma się pojawić na liście pakietu, czy nie. Nie jest to tożsame, z tym, czy produkt pojawi się na ostatecznym zamówieniu. Na ostatecznym zamówieniu zawsze widoczne są tylko te produkty, dla których zamówienie jest większe od 0.

Po wpisaniu wszystkich wymaganych warunków, wciskamy guzik „Generuj pakiet” – program przygotowuje wstępne, zbiorcze zamówienie. Zbiorcze, to znaczy dla wszystkich aptek, bez podziału. Sugerowane zamówienie jest widoczne w zakładce **Zawartość** (Rysunek 7-3).

Lp	Towar	Ilość	Gratis	Cena	Upust	Typ Cn sp plan
1	VITROFT KAPS. 30 KAPS.	0	0	20.2	0	0 w
2	VITROFT KAPS. 30 KAPS.	0	0	49.34	0	0 w
3	VITROFT KAPS. 30 KAPS.	0	0	24.24	0	0 w
4	DEMOXOFT - LIPOZEL ZEL 15 ML	0	0	19.93	0	0 w
5	DEMOXOFT - PLYN PLYN 100 ML	0	0	19.21	0	0 w
6	DEMOXOFT CLEAN- CHUSI TECZKI DO POWIEK * 20	0	0	19.41	0	0 w
7	DEKOFYAL MD KROPLE DO OCZU 15 ML	0	0	19.69	0	0 w
8	DEKOFYAL UD KROPLE DO OCZU 10 MINIMISÓW 0.35 ML	0	0	0	0	0 w
9	MACULOFF KAPS. 30 KAPS.	0	0	15.15	0	0 w
10	PREGNAPLUS KAPS. 30 KAPS.	67	0	28.78	5	5 w
11	PREGNAPLUS DHA KAPS. 30 KAPS.	21	0	23.41	7	7 w
12	MUCOVAGIN 0.005 G GLOBULKI DOPOCHW/DWIE 10 GLOBULEK	25	0	23.53	5	5 w
13	MUCOVAGIN ZEL ZEL 7 APLIKATORÓW 25 G	0	0	25.27	0	0 w
14	TRIVAGIN KAPS. 20 KAPS.	0	0	29.4	0	0 w
15	TRIVAGIN ZEL 30 ML	0	0	15.91	0	0 w
16	SENSIVELLA KAPS. 30 KAPS.	0	0	0	0	0 w
17	FEMISEPT URO TABL 60 TABL	22	0	16.4	7	7 w
18	SUTRICON 30 CM X 5 CM PLASTER 5 SZT.	0	0	100.26	0	0 w
19	SUTRICON ZEL 15 ML	0	0	20.2	0	0 w

Nazwa towaru	Lp	Cena promocyjna	% upustu	Ilość
VITROFT KAPS. 30 KAPS.	1	20.2	0	0

Wymagana
 Opcjonalna
 Bonus

Oblicz substytucję wg
 Nazwa międzynarodowa
 Odpowiednik produktu zlozowego
 Synonim zbiorczy

Synonim szczególny
 Wykazana lista

Planowana cena sprzedaży

Nie dotyczy
 Preferowane
 Wyłącznie
 Otwarty limit

Cena detaliczna
 Podstaw w aptekach
 Bez zmian

Rodzaj upustu
 Dodatkowy
 Ud ceny bez upustu

Punkty promocyjne

Rysunek 7-3 Sugerowane pozycje zamówienia pakietowego

Cena promocyjna – ostateczna cena zakupu netto, po wszystkich rabatach.

% upustu – rabat producentki na konkretny towar.

Ilość – ilość do zamówienia.

Gratis ilość – ilość produktów gratisowych. Ilość tę można łatwo wyliczyć jako procent od ilości do zamówienia, wykorzystując „kalkulator”.

Planowana cena sprzedaży – cena detaliczna, która może być podstawą do kontroli, czy w aptekach stosowane są prawidłowe ceny detaliczne (w modelu zdecentralizowanym), w przypadku, gdy kontrakt z producentem obejmuje ją również. Dodatkowo, jeśli z pakietem będzie powiązana promocja, to cena ta zostanie wpisana w promocji, w pole **Obniżona cena**.

Punkty promocyjne – ilość punktów, która zostanie wpisana do promocji powiązanej (premiowanie sprzedaży).

Oblicz substytucję wg – do obliczenia zapotrzebowania może zostać wzięta pod uwagę sprzedaż całej grupy odpowiedników.

Zamawianie centralne – umożliwi wystawienie rekomendacji magazynowych dla wskazanego produktu:

Nie dotyczy – pod uwagę brana jest rekomendacja dla całego pakietu, z zakładki **Dane podstawowe**,

Preferowane – „zielona” rekomendacja - towar może być zamówiony bez ograniczeń,

Wyłączne – „czerwona” rekomendacja – towar nie może być zamówiony w aptece,

Otwarty limit – „żółta” rekomendacja – towar może być zamówiony wyłącznie w hurtowni wskazanej w pakiecie.

Zaproponowaną przez program listę można dowolnie modyfikować, dopisując, usuwając lub zmieniając zawartość poszczególnych wierszy. Można również dodać produkty do listy lub je usunąć.

7.1.2.4 Kalkulacja sensowności i opłacalności

W każdym momencie możemy wykonać symulację dla aktualnego stanu zamówienia, celem obliczenia korzyści i adekwatności, do prognozowanego popytu. Wciskamy guzik „**Prognoza**”, a program zestawia wszystkie niezbędne informacje i przedstawi je w formie „super tabeli” i podsumowania. Najlepiej zacząć od podsumowania (Rysunek 7-4), dostępnego w zakładce **Szczegóły**.

Wartość po najlepszej cenie w zwykłym zakupie	:	25711,82
Wartość po najlepszej cenie w zakupie pakietowym	:	18506,68
Łączny rabat	:	7205,14
Przewidywana sprzedaż pakietu	:	206 dni lek ELO-BAZA - KREM LEKKI KREM 75 G
Wysprzedanie pakietu % całości po 30 dniach	:	52,71%
po 90 dniach	:	98,46%
po 180 dniach	:	99,68%
po 360 dniach	:	99,74%
--- Oferty hurtowni wg cen pakietowych ---		
FARMACOL	:	18570,32
MEDICARE SP. Z O.O.	:	19234,98
NEUCA	:	20822,04
PCF S.A.	:	20173,09

Rysunek 7-4 Opłacalność pakietu - prognoza

Wartość po najlepszej cenie w zwykłym zakupie – wartość na warunkach, na jakich kupiłaby apteka, w codziennym zamówieniu, zoptymalizowanym na najlepsze ceny hurtowe.

Wartość po najlepszej cenie w zakupie pakietowym – teoretyczna wartość, gdyby udało nam się kupić z warunkami oferowanymi przez przedstawiciela producenta, ale w wielu hurtowniach, tak by kupić po najlepszej cenie. Po wskazaniu hurtowni, w tym miejscu pojawia się już wartość w odniesieniu do zakupu we wskazanej hurtowni.

Łączny rabat – tyle zyskujemy kupując w pakiecie, w stosunku do gołych cen (cen z ofert hurtowni).

Mamy tutaj dodatkowo informacje o czasie upłynnienia pakietu, to jest, ile szacunkowo dni potrzeba by sprzedać cały towar z zamówienia oraz przewidywany czas sprzedaży produktu,

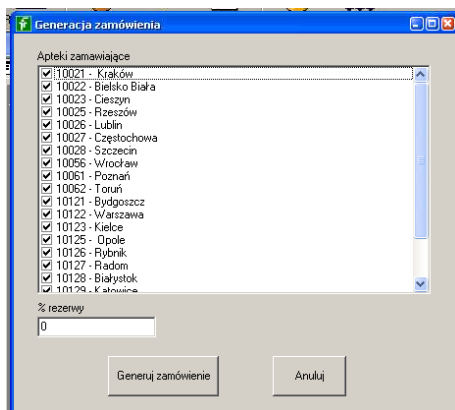
najgorzej rokującego. Natomiast na samym dole, wartość zamówienia w cenach z poszczególnych hurtowni.

Możemy swobodnie zmieniać parametry pakietu (rabaty, hurtownie, ilości) i wielokrotnie obliczać „prognozę”.

Po osiągnięciu zadowalającego efektu, przechodzimy do następnego etapu, to jest do etapu „generacji zamówienia”.


7.1.2.5 Generacja zamówienia ogólnego i na apteki

Na tym etapie następuje podział zamówienia na poszczególne apteki. Uruchamiamy **Operacje->Generacja zamówienia** (Rysunek 7-5).



Rysunek 7-5 Generacja zamówień

Tutaj ponownie mamy możliwość ograniczenia listy aptek, do których ma trafić dostawa. Ponadto istnieje możliwość utrzymywania rezerwy w jednym lub więcej aptek/oddziałów. Jej poziom określamy w polu **% rezerwy**. Więcej na temat magazynów rezerwowych niżej.

Wciskamy guzik **Generuj zamówienie**, by wygenerować zamówienie z podziałem na apteki. Po chwili możemy przejść do przeglądania zamówienia. Podgląd zamówienia dostępny jest po wciśnięciu guzika . Tabela, która pojawi się na ekranie, będzie prezentować zbiorcze dane, dotyczące wszystkich aptek (Rysunek 7-6).

Nazwa leku	Producent	Razem	Poprz. cena	Wartość	Zap. na	Zapotrzebowanie	Bonus	Cena
APAP 0.5 G TABL. POWŁ. 100 TABL.	US PHARMACIA	59	24.05	1322.10	0	0	0	22.45
APAP 0.5 G TABL. POWŁ. 12 TABL.	US PHARMACIA	440	4.36	1795.60	0	0	0	3.99
APAP 0.5 G TABL. POWŁ. 50 TABL.	US PHARMACIA	200	14.98	2696.00	0	0	0	13.45
APAP 0.5 G TABL. POWŁ. 24 TABL.	US PHARMACIA	145	8.01	1042.95	0	0	0	7.19
KENNA LEŻE 20 TORBEK 0.3 I 1 G	US PHARMACIA	75	9.85	738.75	0	0	0	9.05
IBUPROM 0.2 G TABL. POWŁ. 10 TABL.	US PHARMACIA	379	4.21	1447.74	0	0	0	3.83
APAP JUNIOR 0.25 G GRANULAT 10 TORBEK	US PHARMACIA	23	18.63	221.72	0	0	0	9.64
IBUPROM 0.2 G TABL. POWŁ. 50 TABL.	US PHARMACIA	75	17.67	1216.00	0	0	0	16.00
IBUPROM 0.2 G TABL. POWŁ. 96 TABL.	US PHARMACIA	22	25.88	513.04	0	0	0	23.32
ORIPHARMA PUPAGACTIVE 0.05 G TABL. 30 TABL.	ORIPHARMA	410	13.10	4042.60	0	0	0	9.86
KENNA EXTRA COMFORT DRAŻ. 49 TABL. DRAŻYWIANYCH	US PHARMACIA	92	24.49	1342.28	0	0	0	14.99
APAP NOC TABL. POWŁ. 24 TABL.	US PHARMACIA	65	16.99	622.95	0	0	0	9.90
APAP NOC TABL. POWŁ. 50 TABL.	US PHARMACIA	65	17.05	1006.20	0	0	0	15.48
APAP NOC TABL. POWŁ. 8 TABL.	US PHARMACIA	26	3.52	81.64	0	0	0	3.14
IBUPROM MAX 0.4 G DRAŻ. 12 TABL. DRAŻYWIANYCH	US PHARMACIA	250	5.65	1207.50	0	0	0	5.15
IBUPROM 2410K TABL. POWŁ. 12 TABL.	US PHARMACIA	163	7.95	1105.14	0	0	0	6.76
APAP EXTRA TABL. POWŁ. 50 TABL.	US PHARMACIA	85	18.38	1375.30	0	0	0	16.18
STOPERAN 0.002 G KAPS. 8 KAPS.	US PHARMACIA	128	6.43	701.44	0	0	0	5.48
IBUPROM MAX 0.4 G DRAŻ. 48 TABL. DRAŻYWIANYCH	US PHARMACIA	358	16.99	5941.84	0	0	0	15.48
IBUPROM MAX 0.4 G DRAŻ. 24 TABL. DRAŻYWIANE BLISTRY	US PHARMACIA	120	9.96	1088.40	0	0	0	9.07
IBUPROM 2410K TABL. POWŁ. 24 TABL. BUTELKA	US PHARMACIA	79	13.26	917.98	0	0	0	11.62
WIGOR CARBID PŁYN 1 L	USP ZDROWIE	20	27.89	413.80	0	0	0	26.69
IBUPROM SPRINT 0.2 G KAPS. 10 KAPS.	US PHARMACIA	80	6.21	443.20	0	0	0	5.54
IBUPROM SPRINT 0.2 G KAPS. 20 KAPS.	US PHARMACIA	65	10.03	588.00	0	0	0	9.00
APAP EXTRA TABL. POWŁ. 10 TABL.	US PHARMACIA	61	9.29	253.41	0	0	0	4.81
APAP EXTRA TABL. POWŁ. 24 TABL. + 2 BLISTRY	US PHARMACIA	72	11.04	722.16	0	0	0	10.05
IBUPROM MAX SPRINT 0.4 G KAPS. 10 KAPS.	US PHARMACIA	46	6.88	287.50	0	0	0	6.25
IBUPROM MAX SPRINT 0.4 G KAPS. 20 KAPS.	US PHARMACIA	41	10.73	394.83	0	0	0	9.63
KENNA BALANCE JUNIOR 5 G PROSZEK - PŁYN 10 TORBEK	LS 117	34	12.74	373.66	0	0	0	10.89
APAP ICE CHŁODZĄCY PŁASTER ŻELIOWY PŁASTER 2 PASTRY	KOBAYASHI HEALTHCARE	16	4.70	57.04	0	0	0	4.19
KENNA BALANCE PROSZEK - PŁYN 20 TORBEK 13.81 G	FAIRPHARM	25	32.03	680.00	0	0	0	27.60
KENNA BALANCE JUNIOR 5 G PROSZEK - PŁYN 10 TORBEK	USP ZDROWIE	5	18.60	80.95	0	0	0	16.17
KENNA EXTRA COMFORT DRAŻ. 10 TABL. DRAŻYWIANYCH	US PHARMACIA	100	6.45	1004.40	0	0	0	5.90
IBUPROM RR 0.4 G TABL. POWŁ. 12 TABL.	US PHARMACIA	14	6.67	84.00	0	0	0	6.00
STOPERAN 0.002 G KAPS. 18 KAPS.	US PHARMACIA	825	8.69	6171.00	0	0	0	7.48
Nazwa leku	Producent	Razem	Poprz. cena	Wartość	Zap. na	Zapotrzebowanie	Bonus	Cena
		4742	6.00	41291.37	0	0	0	6.00

Rysunek 7-6 Zamówienie – dane zbiorcze

Mamy kolejno: nazwę towaru, producenta, ilość zamawianą, poprzednią cenę zakupu, wartość pozycji w zamówieniu i dalej kolumny z danymi na poszczególne apteki. Z podsumowaniem. Po przejściu do zakładki **Szczegóły** uzyskamy dostęp do szczegółowych danych dla jednego produktu (Rysunek 7-7).

IBUPROM 0,2 G TABL POWL 10 TABL							
Rozdzielaj według		Stary minimalny		Zapotrzebowanie		Poprzednia cena:	Wartość:
<input checked="" type="radio"/> Średnia sprzedaż		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>		4,21	1447,74
Cena wynegocjowana:		3,83		Prognostyczny okres sprzedaży (dni)		0	
Przebieg	Sprzedaż w okresie	Stan magazynu	Aktualne zamówienie	Zapotrzebowanie	Bonusy	Stan minimalny	Prognostyczny okres sprzedaży (dni)
Przebieg:	644	201	37%			129	0
10021	96	29	53			14	55
10022	44	4	34			5	55
10023	36	2	29			7	55
10025	7		6			3	55
10026	78	30	37			15	55
10027	55	19	28			6	55
10028	21	3	15			4	55
10056	26	6	17			4	57
10061	24		21			2	56
10082	24	6	15			0	56
10121	39	3	31			3	56
10122	18	14	2			6	57
10123	39	13	21			8	56
10125	24	10	11			6	56
10126	23	18	2			6	56
10127	15	5	8			5	55
10128	4	3	1			3	64
10129	3	17				17	363
10130	1	8				4	512
10423	67	11	47			11	55

Rysunek 7-7 Zamówienie pakietowe – podział na apteki

W tym miejscu możemy modyfikować zamówienie. Zarówno na poziomie pojedynczej apteki, jak i łącznej ilości. Robimy to w kolumnie „Aktualne zamówienie”. Najwygodniej poruszać się po niej za pomocą klawiszy „strzałek”. Po każdej zmianie, program przeliczy odpowiednio zamawiane ilości. Gdy zmienimy ilość zamawianą dla jednej z aptek, zmieni się ilość łączna. Gdy zmienimy ilość łączną, zmienią się ilości w aptekach, proporcjonalnie.

Może się zdarzyć, że zaistnieje potrzeba wykonania kroku wstecz. Na przykład, po zwiększeniu ilości zamawianej możemy „wskoczyć” w wyższy rabat. Nie ma problemu. Wychodzimy z widoku „Zamówienie”. Możemy zmieniać wszystkie parametry pakietu wpływające na ostateczną cenę. Ale na koniec, koniecznie musimy uruchomić **Operacje→Podstaw ceny z oferty**.

7.1.2.6 Magazyny rezerwowe

Zdarza się, i to całkiem często, że w jednej lub kilku aptekach, produkt z pakietu wyprzedza się dużo szybciej, niż zakładaliśmy. Jak się na to zabezpieczyć? Jednym ze sposobów jest magazyn rezerwowo. Idea polega na tym, że zwiększamy zamówienie o określony procent i ten procent zwiększenia zamawiamy na rzecz magazynu rezerwowego. Kiedy w którejś z aptek popyt przewyższy przewidywania i zapas się skończy przed terminem kolejnego zamówienia, do zaopatrzenia apteki wykorzystujemy właśnie tę rezerwę. W Infarm możemy prowadzić jeden lub więcej magazynów rezerwowych. Magazynem rezerwowym może być odrębny magazyn lub jedna z aptek.

Jeśli magazynów rezerwowych ma być więcej niż 1, w pierwszej kolejności musimy określić dla każdej apteki, który magazyn jest dla niej magazynem rezerwowym. W tym celu wchodzimy w

Apteki→zakładka **Szczegóły-Dane podstawowe** i w polu **Magazyn rezerwy** wpisujemy numer tego magazynu, nadany w programie Infarm dla sieci aptek.

Procedura przygotowania zamówienia pakietowego w takiej sytuacji ulega drobnej korekcie:

- Przygotowujemy zamówienia na okres powiększony o zakładaną rezerwę procentową. Przykładowo, jeśli chcemy zrobić zamówienie na 30 dni z rezerwą 20%, zamawiamy na $30 \cdot 1,2 = 36$ dni.
- Przy generacji zamówienia odznaczamy punkty, które są magazynami rezerwowymi.

Program w takiej sytuacji podzieli zamówienie ogółem następująco:

- Zadany procent rezerwy zostanie przydzielony magazynowi, reszta zostanie podzielona standardowo.
- Przy więcej niż jednym magazynie program dokona przydziału w odniesieniu do aptek, „należących” do konkretnego magazynu rezerwowego.

7.1.2.7 Przygotowanie zamówienia w formie pliku Excel

Gdy zamówienie jest już gotowe, możemy łatwo wygenerować plik Excel, z przeznaczeniem dla przedstawiciela producenta i/lub hurtowni. W tym celu uruchamiamy **Operacje->Zapisz zamówienie do xls** (Rysunek 7-8).

1	A	B	C	D	E	F	G
1	Teva 12.12.2016					Hurtownia:	FARMACOL S.A.
2	NAZWA	Zamówienie	Gratis	cena netto po rabatach	Dodatkowy rabat hurtowni [%]	Rabat producenta [%]	Destyna: Lokalizacja Apteki
3	ABESIN TABL POWL 30 TABL	1	0	10,91 zł	2,5	11	Kraków
4	ABESIN TABL POWL 30 TABL	5	0	10,91 zł	2,5	11	Lublin
5	ABESIN TABL POWL 30 TABL	2	0	10,91 zł	2,5	11	Kielce
6	ABESIN TABL POWL 30 TABL	1	0	10,91 zł	2,5	11	Opole
7	ABESIN TABL POWL 30 TABL	1	0	10,91 zł	2,5	11	Białystok
8		10	0	10,91 zł	2,5	11	
9	ABESIN TABL POWL 90 TABL	1	0	23,32 zł	2,5	11	Lublin
10	ABESIN TABL POWL 90 TABL	1	0	23,32 zł	2,5	11	Wrocław
11	ABESIN TABL POWL 90 TABL	2	0	23,32 zł	2,5	11	Torun
12	ABESIN TABL POWL 90 TABL	1	0	23,32 zł	2,5	11	Kielce
13		5	0	23,32 zł	2,5	11	
14	AMBERSOL TEVA 0,015 G/5 ML SYROP 120 ML	8	0	5,77 zł	2,5	14	Białko Białe
15	AMBERSOL TEVA 0,015 G/5 ML SYROP 120 ML	2	0	5,77 zł	2,5	14	Bydgoszcz
16	AMBERSOL TEVA 0,015 G/5 ML SYROP 120 ML	2	0	5,77 zł	2,5	14	Opole
17		12	0	5,77 zł	2,5	14	
18	AMBERSOL TEVA 0,03 G/5 ML SYROP 120 ML	4	0	6,52 zł	2,5	14	Kraków
19	AMBERSOL TEVA 0,03 G/5 ML SYROP 120 ML	3	0	6,52 zł	2,5	14	Białko Białe
20	AMBERSOL TEVA 0,03 G/5 ML SYROP 120 ML	1	0	6,52 zł	2,5	14	Szczecin
21	AMBERSOL TEVA 0,03 G/5 ML SYROP 120 ML	2	0	6,52 zł	2,5	14	Bydgoszcz
22	AMBERSOL TEVA 0,03 G/5 ML SYROP 120 ML	6	0	6,52 zł	2,5	14	Warszawa
23	AMBERSOL TEVA 0,03 G/5 ML SYROP 120 ML	1	0	6,52 zł	2,5	14	Białystok
24	AMBERSOL TEVA 0,03 G/5 ML SYROP 120 ML	3	0	6,52 zł	2,5	14	Krosno
25		20	0	6,52 zł	2,5	14	

Rysunek 7-8 Plik Excel z zamówieniem

7.1.3 Kontrola jakości kart towarowych

Po uruchomieniu „Generacji zamówienia”, program kontroluje, czy dla wybranych w zamówieniu produktów, karta towaru jest prawidłowa we wszystkich aptekach. Jeśli wykryje niekompletność, na ekranie pojawi się odpowiedni komunikat. Ignorując go, musimy mieć świadomość, że dane mogą być zaniżone o sprzedaż w aptekach, dla których nie ma powiązania CBT z lokalną kartoteką towarową. By „pozbyć” się tego problemu należy dokończyć proces „centralizacji kartoteki towarowej”, opisany w rozdziale „Zarządzanie kartoteką towarową”.

7.1.4 Rekomendacje magazynowe i blokady dla aptek

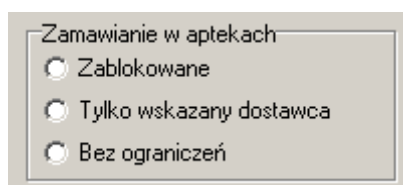
Centrala, przygotowując zamówienie pakietowe, może równocześnie wpłynąć na zachowanie aptek, poprzez wydanie rekomendacji magazynowych i blokad, na produkty objęte pakietem, lub na część tych produktów. Generalnie, chodzi o to, czy apteka powinna, czy nie powinna

dokonywać zakupów produktów objętych pakietami. Centrala może wydać 3 rodzaje rekomendacji/blokad, odnoszące się albo do całego pakietu, albo tylko do wybranych towarów:

- – zablokowana możliwość zamawiania towaru w aptece (Zablokowane, Wyłącznie),
- – towar może być zamawiany, ale wyłącznie we wskazanej hurtowni (Tylko wskazany dostawca, Otwarty limit),
- – tylko informacja, o tym, że produkt jest w pakiecie, apteka może zamawiać bez ograniczeń (Bez ograniczeń, Otwarty limit).

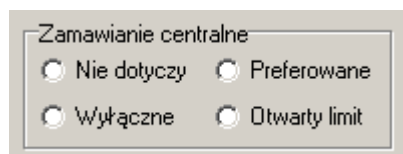
Rekomendacje są wydawane:

- Dla całego pakietu z poziomu zakładki **Dane podstawowe**, sekcja **Zamawianie w aptekach** (Rysunek 7-9).



Rysunek 7-9 Rekomendacja ogólna

- Dla jednego produktu z poziomu zakładki **Zawartość** (Rysunek 7-10).



Rysunek 7-10 Rekomendacja dla produktu

Jakie są efekty rekomendacji na poziomie aptek? Po pierwsze, w aptecznym module zamówień pojawia się stosowny komunikat słowno - graficzny (Rysunek 7-11).

Pakiet	Nazwa towaru	
Polfarmex_09_12-2016	* NASEN 0,01 G 30 TABL.TRX	■
Sandoz_08_12_2016	ALTACET 1 G 6 TABL.	■
	ALUGASTRIN 40 TABL.	■

Rysunek 7-11 Rekomendacja związana z pakietem

Po drugie, w zależności od rodzaju rekomendacji, program apteczny odpowiednio zadziała:

- „czerwona” rekomendacja – nie będzie możliwe wybranie jakiegokolwiek dostawcy, tym samym produkt nie zostanie zamówiony. Próba ręcznego wskazania dostawcy (F6), skończy się stosownym komunikatem (Rysunek 7-12).



Rysunek 7-12 Efekt „czerwonej” rekomendacji

- „żółta” rekomendacja – podział po najlepszej cenie, przydzieli pozycję do wskazanego w zamówieniu pakietowym, dostawcy. Próba ręcznego wybrania innego dostawcy (F6), niż wskazany, skończy się stosownym komunikatem (Rysunek 7-13).



Rysunek 7-13 Efekt „żółtej” rekomendacji

- „zielona” rekomendacja – jest funkcjonalnie neutralna. Personel apteki uzyskuje wyłącznie informację, lecz nie ogranicza go ona w działaniu.

Rekomendacja magazynowa jest aktywna w okresie określonym w polach **Realizacja od** i **Realizacja do** pakietu. W aptekach można przyjąć dwie strategie postępowania:

- Gdy przyjdzie dostawa towaru z pakietu, zmieniamy status pakietu na „zrealizowany” i przestawiamy datę **Realizacja do** na dzisiaj. W efekcie rekomendacja wygaśnie. Gdy stan towaru w aptece spadnie poniżej bieżącego zapotrzebowania, personel apteki swobodnie zamówi towar, chyba, że pojawi się na niego rekomendacja z kolejnego pakietu.
- Gdy przyjdzie dostawa towaru z pakietu, zmieniamy status pakietu na „zrealizowany”, ale pozostawiamy nie zmienioną datę **Realizacja do**. Efekt? Mimo, że dostawa już przyszła, rekomendacja będzie wciąż aktywna, w całym okresie na jaki towar zamówiono, niezależnie od tego, czy towar zszedł, czy też nie.

7.1.5 Rekomendacja „STOP” apteki dla centrali

Personel apteki ma możliwość poinformować centralę, że „nie życzy” sobie, by dany produkt był dla niej zamawiany przez centralę. W tym celu w zakładce **Parametry zamawiania** ustawia sposób zamawiania na **Wstrzymaj zamawianie**. W takiej sytuacji, osoba przygotowująca zamówienia pakietowe, otrzyma stosowny komunikat graficzny (Rysunek 7-14).

0	0	
1	650	
1	0	
0	0	STOP
0	0	

Rysunek 7-14 Rekomendacja STOP

7.1.6 Przygotowania do uruchomienia zamówień pakietowych

Korzystanie z modułu wymaga poczynienia przygotowań. Zadania do wykonania, to w szczególności:

1. Centralizacja kart towarowych dla produktów zamawianych pakietowo (Wykonanie pierwszego etapu procesu zarządzania kartoteką towarową).

Funkcjonalności modułu zamówień pakietowych są oparte na centralnej kartotece towarów (CBT), dlatego prawidłowość i kompletność spasowania CBT z lokalnymi kartotekami towarowymi we wszystkich aptekach nabiera krytycznego znaczenia.

2. Podział asortymentu według producentów i podstawowych kategorii

Jeśli korzystanie z filtra opartego na producencie i kategorii (filtr o nazwie Producent/Kategoria) okazałoby się nie efektywne, użytkownik musi samodzielnie zdefiniować listy produktów, objętych centralnym kontraktowaniem z poszczególnymi producentami. Do tego celu Infarm udostępnia klasyfikację o nazwie „**Centralna**” w CBT. Następnie należy skonstruować filtry oparte na takiej klasyfikacji. Zachęcamy do skorzystania z pomocy Infarm w tym zakresie.

3. Uruchomienie mechanizmu automatycznej aktualizacji ofert „gołych” hurtowni.

„Gołe”, czyli zawierające takie ceny, w oparciu, o które wyliczana jest cena pakietowa. Mechanizm uruchamiamy zgodnie z procedurą opisaną w rozdziale „Dostawcy, magazyny i inni kontrahenci”, podręcznika użytkownika programu Infarm dla apteki.

7.1.7 Proces uruchamiania zamówień pakietowych

Przygotowywanie i realizacja zamówień pakietowych to proces, w którym uczestniczy wiele osób – pracownicy centrali sieci aptek i pracownicy aptek. Dlatego też funkcjonalność tę należy wdrażać w dwóch etapach:

- I ETAP – uruchomienie funkcji centralnych, które angażują wyłącznie pracowników centrali,
- II ETAP – wdrożenie funkcjonalności w aptekach.

7.1.8 Centralna kontrola realizacji zamówień pakietowych

Wynegocjowanie dobrych warunków handlowych to połowa sukcesu. Do pełni szczęścia potrzeba jeszcze dopilnować by towar został dostarczony do aptek terminowo i na wynegocjowanych warunkach. Po drodze są 3 ogniwa, które mogą zawieść:

- Personel apteki może niepotrzebnie zamawiać produkty pakietowe na zwykłych warunkach.
- Hurtownia może dostarczyć towar niezgodnie z warunkami.
- Z różnych powodów dostawa pakietowa może przyjść do aptek po terminie, co zmusi apteki do bezpośrednich zakupów, oczywiście na zwykłych, czyli gorszych warunkach.

Jest jeszcze jedno potencjalne źródło problemów – samo zamówienie pakietowe. Jeśli zostanie niedoszacowane w odniesieniu do aptek lub zrealizowane z opóźnieniem, zmusi apteki do zakupów bezpośrednich.

To wszystko są powody, dla których należy monitorować i kontrolować realizację zamówień pakietowych. Do kontroli realizacji zamówień pakietowych zostały opracowane następujące analizy:

- **6.....Pakiety – straty** – analiza opracowana z myślą o użytkownikach, którzy już pracują na zamówieniach pakietowych, ale jeszcze nie oznaczają dostaw pakietowych. W takim przypadku, w systemie nie ma wprost informacji, która dostawa jest z zamówienia pakietowego. Na czym polega „inteligencja” tej analizy? Działa ona w następujący sposób: dla każdego pakietu, aktywnego w analizowanym okresie (realizacja od i realizacja do), analiza kontroluje faktyczne ceny zakupu i porównuje je z ceną wynegocjowaną w pakiecie. Wszystkie dostawy z ceną mniejszą lub równą wynegocjowanej, są uznawane za pakietowe, a dostawy z ceną wyższą, jako nie pakietowe. Na tej bazie możemy już policzyć straty poniesione na dostawach z cenami nie pakietowymi.
- **6.....Pakietowe – zawyżone ceny z dostaw** – analiza zwraca listę zakupów produktów pakietowych z ceną wyższą niż pakietowa w okresie, na który zamówienie pakietowe złożono. Czyli analiza pokazuje nam utracone korzyści, nie odpowiada jednak na pytanie, kto zawałił sprawę. Należy to sprawdzić, czy to wynik błędu apteki, czy hurtowni. Analiza wychodzi od dostaw, więc, analizowane są wyłącznie pakiety, dla których w analizowanym okresie jest dostawa. Może posłużyć jako podstawa do reklamacji w hurtowni.

Dodatkowo centrala ma możliwość kontrolowania realizacji każdego zamówienia po fakcie, po wciśnięciu guzika **Realizacja**. Na takich samych zasadach, jak to zostało opisane niżej, „okiem apteki”.

7.1.9 Ocena skutków finansowych zakupów pakietowych

Istota zamówień pakietowych opiera się na tym, że zamawiamy więcej i na dłuższy okres czasu, by uzyskać lepsze ceny. Ale czy to oznacza, że opłaca się kupić każdą ilość? Teoretycznie istotne są 3 czynniki:

- Wartość korzyści dodatkowych (rabat producencki, „dokładka” hurtowni, budżet odsprzedażowy),
- Koszt kapitału,
- Ryzyko utraty wartości zapasu.

Problem sprowadza się do policzenia, czy dodatkowe zyski, w postaci rabatów i/lub budżetu odsprzedażowego, przewyższą koszty sfinansowania dodatkowego zapasu i ewentualne straty z tytułu utylizacji. W aktualnych warunkach rynkowych, gdy stopy procentowe są niskie (kapitał jest tani), a rabaty producentkie wysokie, zwykle się opłaca. Wystarczy skoncentrować się na ostatnim czynniku – ryzyku utraty wartości. Jak uchronić się przed „pułkownikami”, które kiedyś trzeba będzie zutylizować? Jaką przyjąć granicę horyzontu czasowego, na jaki zamawiamy pakietowo? Sensowną strategią zamawiania pakietowego wydaje się być nieprzekraczanie horyzontu danego sezonu. By nie okazało się w kolejnym roku, że „modne” są zupełnie inne specyfiki. Czyli na początku sezonu możemy kupić więcej, a z jego upływem skracamy okres zatowarowania. Oczywiście tylko wtedy, gdy kupowanie „więcej” da więcej korzyści. Do analizy i oceny zamówień pakietowych i samych produktów pakietowych, wykorzystamy poniższe analizy:

- **6..... Zamówienia – dostawy – pakiety** – analiza zwraca informację o strukturze zrealizowanych zamówień i dostaw w poszczególnych aptekach. Z uwagi na ocenę zamówień pakietowych, warto przeanalizować jaka jest struktura zamówień, w układzie: zamówienia pakietowe – zwykle codzienne zamówienia – dostawy bez pokrycia w zarejestrowanych zamówieniach (czyli różnica między wartością dostaw i sumy wartości zamówień pakietowych i codziennych). Warto w szczególności policzyć udział zamówień pakietowych w zakupach ogółem, co daje wyobrażenie o istotności tego sposobu zamawiania towaru w naszej sieci aptek.
- **6..... Rejestr zamówień pakietowych** – analiza rozlicza złożone w zadanym okresie czasu zamówienia pakietowe. Mamy kolejno następujące informacje: wartość pakietu wyjściowa (po gołych cenach) – kolumna **Podstawa**, wartość pakietu po cenach, jakie uzyskane by zostały przez aptekę w bezpośrednim zakupie – kolumna **Standardowo**, wartość w cenach pakietowych – kolumna **Pakiet** oraz **Zysk** – liczony, jako różnica pomiędzy **Standardowo**, a **Pakiet**.
- **7..... Rotacja towarów**. Analiza zwraca informację o: stanie i wartości poszczególnych towarów, w poszczególnych aptekach, rotacji, ilości i wartości sprzedaży, oraz ilość i wartość nadwyżki. Produkty są oflagowane parametry, wskazującym czy towar jest kupowany pakietowo, czy nie. Dzięki dostępnym filtrom na tabeli, możemy dokonać przekrojowej analizy towarów pakietowych, z uwagi na rotację i magazyn. Na przykład uzyskać informację o wartości magazynu produktów zamawianych pakietowo w całej sieci i wartość ich sprzedaży, a to już pozwala nam oszacować, jak rotuje cały ten asortyment, a to może stanowić podstawę oceny osób odpowiedzialnych.

7.1.10 Zamówienia pakietowe „okiem” apteki

Część zagadnień została już poruszona wcześniej, natomiast w tej części instrukcji opisano wszystkie aspekty zamówień pakietowych i półek odsprzedażowych, z którymi powinien zapoznać się personel aptek.

7.1.10.1 Wprowadzenie

W procesie synchronizacji baz danych centrali i aptek, informacja o pakietowych zamówieniach, jest „rozprowadzana” do aptek i udostępniana w miejscach programu aptecznego, gdzie jest przydatna. Synchronizowane są pakiety o statusie „**W realizacji**”. Po stronie apteki możemy wyróżnić 3 grupy funkcjonalności:

- Informacja o pakietach i półkach odsprzedażowych, oraz ich realizacji.
- Kontrola produktów pakietowych na poziomie zamówień.
- Kontrola realizacji zamówień pakietowych na poziomie dostaw.
- Rekomendacja „STOP”.

7.1.10.2 Informacja o pakietach i ich realizacji

Informacje o zrealizowanych przez centralę zamówieniach pakietowych i wynegocjowanych warunkach na „półki odsprzedażowe”, dostępna jest z poziomu opcji **Magazyn→Zamówienia→Zamówienia pakietowe**. Po jej uruchomieniu na ekranie pojawi się lista zamówień pakietowych/centralnych. (Rysunek 7-15).

Data	Typ	Opis
2014-06-01		OLIMP Dłtwaarta półka producenta nr: 07/2014/OlimpProducent: OLIMPHurtownia: PGF
2014-05-29		RECKITT Dłtwaarta półka producenta nr: 16/2014/ReckittProducent: RECKITTHurtownia: FARMACOL
2014-05-16		BIOMED_KRAKÓW Dłtwaarta półka producenta nr: 04/2014/BiomedKtProducent: BIOMED KRAKÓW/Hurtownia: NEUCA
2014-05-09	W	Sanofi maj - czerwiec
2014-05-08		PFIZER Dłtwaarta półka producenta nr: 14/2014/PfizerProducent: PFIZERHurtownia: PGF
2014-05-08		VALEANT_BAUSCH Dłtwaarta półka producenta nr: 15/2014/Valeant(Bausch)Producent: VALEANT (Bausch)Hurtownia: PGF
2014-05-05		THEA Dłtwaarta półka producenta nr: 12/2014/TheaProducent: THEAHurtownia: NEUCA
2014-05-01		OMEGA PHARMADłtwaarta półka producenta nr: 08/2014/OmegaPharmaProducent: OMEGA PHARMAHurtownia: PGF
2014-05-01		QUAISSER Dłtwaarta półka producenta nr: 09/2014/QueisserProducent: QUEISSERHurtownia: FARMACOL
2014-04-30		SOPHARMADłtwaarta półka producenta 11/2014/Sopharma Producent: Sopharma Hurtowni: PGF
2014-04-30		SOPHARMADłtwaarta półka producenta 11/2014/Sopharma Producent: Sopharma Hurtowni: NEUCA
2014-04-30		ADAMED Dłtwaarta półka producenta nr: 10/2014/AdamedProducent: ADAMEDHurtownia: PGF
2014-04-01		ALCON Dłtwaarta półka producenta nr: 03/2014/AlconProducent: ALCONHurtownia: PGF
2014-04-01		MERCKDłtwaarta półka producenta nr: 05/2014/MerckProducent: MERCKHurtownia: MEDICARE
2014-04-01		NOVASCON Dłtwaarta półka producenta nr: 02/2014/NovasconProducent: NOVASCONHurtownia: PGF
2014-03-10		NOVARTISDłtwaarta półka producenta 01/2014/Novartis Producent: NOVARTIS Hurtowni:PGF

Rysunek 7-15 Rejestr zamówień pakietowych

Przechodzimy do „**Szczegóły**” → zakładka „**Dane podstawowe**” (Rysunek 7-16), gdzie znajdziemy ogólne informacje dotyczące pakietowego zamówienia:

- Jakiej kategorii i producenta dotyczy dostawa – pole „**Opis**”.
- W jakim okresie teoretycznie ma być pokryte zapotrzebowanie – pola „**Realizacja od**” i „**Realizacja do**”.
- Z której hurtowni powinna przyjść dostawa – pole „**Zamów u dostawcy**”

Rysunek 7-16 Dane ogólne zamówienia pakietowego

Z kolei, w zakładce „Zawartość” (Rysunek 7-17), znajdziemy informację o zamówionych w ramach pakietu, produktach. Najważniejsze informacje, to: nazwa produktu, ilość zamówiona, cena (cena w dostawie nie powinna być wyższa).

Towar	Ilość	Cena	% upustu	Typ
ESSENTIALE MAX KAPS. 30 KAPS.	183	19,95	17 W	
ESSENTIALE FORTE KAPS. 50 KAPS.	198	18,19	17 W	
NED-ANGIN TABL. DO SSANIA/GRYZENIA/ZUCIA 24 TABL.	6	8,02	12 W	
NED-ANGIN BEZ CIUKRU TABL. DO SSANIA/GRYZENIA/ZUCIA 24 TABL.	23	8,74	12 W	
NO-SPA 0,04 G TABL. 40 TABL.	80	10,84	3 W	
MAGNE 88 TABL. POWŁ. 50 TABL.	180	10,26	18 W	
NO-SPA 0,04 G TABL. 20 TABL.	57	6,72	3 W	
PROPOLKI Z WITAMINĄ C PASTYLKI/LAMELKI/ZELKI 16 PASTYLEK	9	4,55	10 W	
MARIMER SPRAY DO NOSA AEROSZOL 100 ML	141	15,23	15 W	
MODAFEN TABL. POWŁ. 24 TABL.	381	9,96	15 W	
PROPOLKI Z DZIKA ROŻĄ I SOKIEM MALINOWYM PASTYLKI/LAMELKI/ZELKI	7	4,55	10 W	

Rysunek 7-17 Pozycje zamówienia pakietowego

7.1.10.3 Kontrola ex-post realizacji zamówienia pakietowego

Wciskamy guzik „Realizacja”, dostępny na dole ekranu. Tabela, jaka pojawi się na ekranie (Rysunek 7-18), prezentuje ogólne informacje o pozycjach zamówienia. Prezentowane dane dotyczą naszej apteki. Mamy kolejno: nazwę zamówionego towaru, ilość zamawianą, stan magazynu, ilość zakupioną w okresie „realizacji”, to jest w okresie określonym w „Danych ogólnych” zamówienia pakietowego (Realizacja od, Realizacja do), Procent realizacji – to jest, w jakim stopniu zamówienie zostało już zrealizowane (ilościowo). Pozycje, dla których ma miejsce niezgodność są zakolorowane na żółto. Kontrolę podlegają: cena zakupu, hurtownia dostarczająca i ilość zrealizowana.

Towar	Zamówione	Stan	Zakupy	Procent real	Sprzedaz
ESSENTIALE FORTE KAPS. 50 KAPS.	10	19,2	10	100,00	5
ESSENTIALE MAX KAPS. 30 KAPS.	15	17	15	100,00	
JUNIOR-ANGIN SYROP 100 ML	11	16	13	118,18	1
JUNIOR-ANGIN TABL. DO SSANIA/GRYZIENIA/ZUCIA 24 TABL.	6	10	6	100,00	2
MAGNE B6 TABL. POWL. 50 TABL.	0	2			3
MAGNE-B6 CARDIO TABL. POWL. 50 TABL.	0	8			
MAGNE-B6 MAX TABL. POWL. 50 TABL.	10	10	10	100,00	1
MARIMER BABY AEROSZOL 50 ML	3	7	3	100,00	1
MARIMER HIPERTONICZNY AEROSZOL 100 ML	2	6	2	100,00	
MARIMER SPRAY DO NOSA AEROSZOL 100 ML	2	3	4	200,00	1
MODAFEN TABL. POWL. 24 TABL.	0	19			
NEO-ANGIN TABL. DO SSANIA/GRYZIENIA/ZUCIA 36 TABL.	1	23,33	1	100,00	
NEO-ANGIN BEZ CUKRU TABL. DO SSANIA/GRYZIENIA/ZUCIA 24 TA	1	5	1	100,00	0,5
NO-SPA 0,04 G TABL. 20 TABL.	10	4		0,00	3
NO-SPA 0,04 G TABL. 40 TABL.	10	8	8	80,00	5
NO-SPA MAX 0,08 G TABL. POWL. 20 TABL.	10	7		0,00	1
PROPOLKI Z DZIAKĄ RÓŻĄ I SOKIEM MALINOWYM PASTYLKI/LAMEL	1	3	1	100,00	1

Rysunek 7-18 Realizacja zamówienia pakietowego

Po przejściu do zakładki **Szczegóły** uzyskamy dostęp do szczegółowych danych dla jednego produktu (Rysunek 7-19).

Towar	Zawartość
10021 MARIMER HIPERTONICZNY SPRAY D/NOSA 100 ML ST	Zamówione: 30, Stan: 28, Zakup: 30, Procent real: 100,00, Cena zak. plan: 15,23, Cena zak. real: 15,23, Sprzedaz: 5, Cena rd: 5

Data	Stuk	Cena	Nr faktury	Dostawca
18-10-2014	9	15,23	32286-FVF/14/6	Medicare S.A.
18-10-2014	10	15,24	32286-FVF/14/6	Medicare S.A.
18-10-2014	12	15,24	32286-FVF/14/6	Medicare S.A.

Rysunek 7-19 Realizacja – informacja dla produktu

Widok składa się z dwóch tabel:

Górna tabela - tu prezentowana jest zsumowana informacja w kontrolowanym okresie (Realizacja od do), czyli ilość łącznie zakupiona i średnia cena zakupu w tym okresie.

Uwaga! **Cena zakupu rzeczywista** – to jest cena średnia w kontrolowanym okresie.

Dolna tabela – tu prezentowana jest szczegółowa informacja o zrealizowanych dostawach w kontrolowanym okresie. Tak jak wcześniej, niezgodności są zakolorowane na żółto.

7.1.10.4 Kontrola na poziomie zamówień

W module „Zamówienia”, służącego personelowi apteki, do bieżącej obsługi zamówień, została dodana kolumna **Pakiet**. Jeżeli produkt jest aktualnie objęty zamówieniem pakietowym, to w kolumnie pojawi się nazwa pakietu. Dodatkowo, na nazwie produkt pojawi się ostrzeżenie w formie wykrzyknika (Rysunek 7-20).

Nazwa towaru	Pakiet	Ref	Zamowienie
ASPIRIN COMPLEX X 10 SASZ.	BayerOTC	N	1
ATORVASTEROL 0,02 G X 30 TABL.		R	3

Rysunek 7-20 Rekomendacje pakietowe w aptece

Ostrzeżenie może pojawić się w jednym z trzech kolorów:

zielony – centrala wyraża zgodę na to, by produkt był zamawiany w dowolnej hurtowni bezpośrednio przez aptekę – rekomendacja bez blokady,

żółty – centrala wyraża zgodę na to, by produkt był zamawiany przez aptekę, ale tylko we wskazanej hurtowni – rekomendacja+blokada dostawcy,

czerwony – centrala zabrania aptece zamawiać dany produkt – rekomendacja+całkowita blokada zamawiania (towar zamawia wyłącznie centrala).

Adekwatnie do ostrzeżenia zachowa się program w trakcie podziału zapotrzebowania na zamówienia:

zielony – zamówienia będą działać tak, jakby produkt nie był w pakiecie (na zwykłych zasadach),

żółty – nie można ręcznie wskazać innej hurtowni niż „pakietową”, natomiast wszystkie funkcje podziału (np. podział po najlepszej cenie) wybiorą hurtownię „pakietową”. Dodatkowo w zamówieniu wpisana zostanie cena z pakietu, co wzmacnia kontrolę w dostawach.

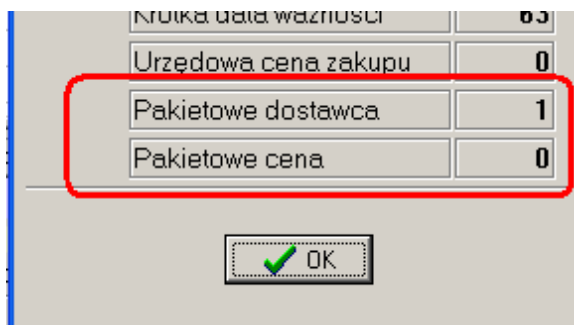
czerwony - wybór dostawcy jest zablokowany. Produktu nie da się zamówić z poziomu zamówień, w programie aptecznym.

7.1.10.5 Kontrola na poziomie dostaw

Statystyka dostawy (Rysunek 7-21) została poszerzona o dwa wiersze:

Pakietowe dostawca – ilość produktów pakietowych, dla których wskazano innego dostawcę,

Pakietowe cena – ilość produktów pakietowych, dla których cena w dostawie jest wyższa, niż cena w pakiecie.



Rysunek 7-21 Info o pakiecie – statystyka dostawy

W zawartości dostawy zostało dodane pole **Cena pakiet**, gdzie pojawia się cena pakietowa. Ponadto, jeśli cena zakupu netto w dostawie, jest wyższa od ceny pakietowej, to cena zakupu netto jest zakolorowana na czerwono (Rysunek 7-22).

Nazwa z dyskietki	Cena netto	Cena pakiet	Ilość	J.m.
FASTUM ŻEL 2,5% 50 G	12,99	10,12	6	OP.
HEPARINUM GSK KREM 20G	7,16		6	OP.

7.1.10.6 Analizy pomocne w monitorowaniu zamówień pakietowych

Personel apteki ma do dyspozycji kilka analiz, przydatnych w monitorowaniu realizacji zamówień pakietowych.

6.....Pakietowe – zawyżone ceny z dostaw

Analiza pokazuje produkty, które przyszły do apteki w podanym przedziale czasu, a ich cena zakupu jest wyższa od wynegocjowanej w pakiecie. Należy podać okres czasu poddany kontroli i w polu **Kontrahent** wskazać kontrolowaną hurtownię. Wynik łatwo można ograniczyć do wybranego pakietu (filtr rozwijany: Pakiet). Wynik analizy można zapisać do pliku Excel, tam go ewentualnie obrobić i szybko przygotować dokument reklamacyjny dla hurtowni. Analiza zwraca wszystkie potrzebne dane.

6.....Pakietowe – syntetycznie

Analiza pokazuje pakiety niezrealizowane prawidłowo i tylko takie. Program podaje jakiego rodzaju są niezgodności w pakiecie.

6.....Pakietowe – brak dostaw

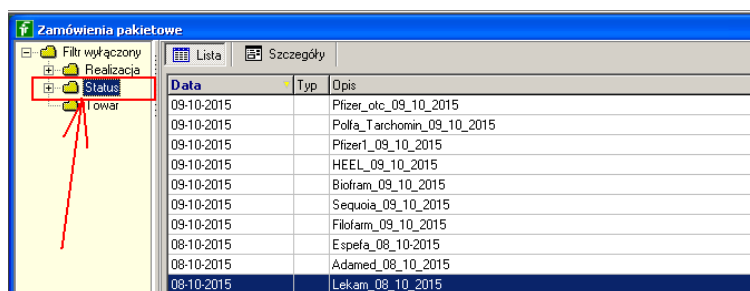
Analiza zwraca wykaz produktów dla pakietów, dla których minął termin realizacji, a nie przyszła dostawa.

7.1.10.7 Rekomendacja „STOP”

Apteka ma możliwość poinformować centralę sieci aptek o produktach, których nie chce, to znaczy, nie chce, by były one zamawiane dla niej, centralnie. W tym celu, należy na danym produkcie wejść w zakładkę „Parametry zamawiania” i „Technikę zamawiania” ustawić na „Wstrzymaj zamawianie”. Po synchronizacji, osoba przygotowująca zamówienie pakietowe, na takie produkty, otrzyma komunikat graficzny „STOP” dla apteki, która wydała rekomendację.

7.1.10.8 Etapy realizacji pakietu

Widoczne z poziomu opcji **Magazyn-->Zamówienia pakietowe** zamówienia „przychodzą” do apteki ze statusem „Do realizacji” - pole **Status pakietu** w zakładce **Dane podstawowe**. Po zrealizowaniu pakietu lub po minięciu terminu realizacji można status zmienić na „Zrealizowany”. To ułatwi przeglądanie pakietów z wykorzystaniem filtra **Status** (Rysunek 7-23). Pozwala ograniczyć widok do pakietów będących w realizacji.



Rysunek 7-23 Wybór statusu zamówień pakietowych w podglądzie

Apteka może przyjąć dwie strategie postępowania:

- Dla pakietu zrealizowanego zmienia status na „Zrealizowany”. Rekomendacje wynikające z pakietu są wciąż aktywne, do czasu aż upłynie termin, określony w polu „Realizacja do”.
- Dla pakietu zrealizowanego zmienia status na „Zrealizowany” i zmienia datę, określoną w polu „Realizacja do”, na dzień, gdy przyszła dostawa pakietu. To wyłącza rekomendacje i blokady wynikające z pakietu.

7.2 Zamówienia lokalne/apteczne

7.2.1 Wstęp

Wychodząc naprzeciw różnym oczekiwaniom użytkowników programu aptecznego, opracowano kilka sposobów obliczania zapotrzebowania w aptece. Szczegółowy opis można znaleźć w podręczniku użytkownika do programu Infofarm dla apteki. Jednak, dla sieci aptek, nadaje się wyłącznie jedna technika, oparta na prognozowanym przez program zapotrzebowaniu, normach magazynowych i innych parametrach zamawiania. Ona pozwala na:

- Optymalne zamówienia na poziomie apteki, mierzone dobrym pokryciem popytu i niskimi stanami magazynowymi.
- Koordynację działań centrali i aptek.
- Ingerowanie centrali w działania apteki.

W niniejszej instrukcji, zagadnienia związane z zamówieniami w aptece, zostały ujęte, z punktu widzenia potrzeb centrali sieci aptek. W pierwszej kolejności należy zapoznać się z rozdziałem „Zaopatrzenie” z „Podręcznika użytkownika programu Infofarm dla apteki”.

7.2.2 Parametry zamawiania

7.2.2.1 Wprowadzenie

Ogólnie rzecz ujmując, proces zamawiania na poziomie apteki, składa się z następujących czynności:

- Wyregulowania parametrów zamawiania.
- Przygotowania zapotrzebowania, to jest listy produktów i ilości, jakie należy zamówić (co kupić i w jakiej ilości).
- Podzielenia zapotrzebowania na zamówienia (gdzie kupić).
- Wysłania zamówień do dostawców i odbiór potwierdzeń/list braków.

Pierwszy zakres czynności jest wykonywany sporadycznie. Pozostałe praktycznie codziennie, czasem częściej.

7.2.2.2 Regulacja parametrów zamawiania

W każdej aptece mamy dwie grupy parametrów regulacyjnych:

- Parametry odnoszące się do wszystkich produktów,
- Parametry odnoszące się do konkretnego produktu.

7.2.2.2.1 Parametry dla apteki

Są dostępne w **System**→**Parametry programu**→**Parametry ogólne**, zakładka **Zarządzanie zapasem** (Rysunek 7-24).

Rysunek 7-24 Parametry ogólne zamawiania

Uwzględniaj towary sprzedane w okresie ostatnich X dni – analizowane pod kątem zamówień są tylko te produkty, które rotowały w podanym okresie czasu. Okres podąża za upływającym czasem, odcinając od zamówień nierotujące towary.

Nie uwzględniaj sprzedaży z kasy nr – pozwala pominąć w analizie sprzedaż na wskazanym stanowisku kasowym. Idealne rozwiązanie dla aptek prowadzących sprzedaż internetową.

Nie uwzględniaj sprzedaży dużo przekraczających średnią – po włączeniu parametru, w analizie wykluczane są „kominy”, czyli dni, gdzie sprzedaż była nieprzeciętnie wysoka. Parametr domyślnie wyłączony.

Nie bierz towarów, dla których przerwa w sprzedaży > X dni – jeśli po przerwie trwającej dłużej, niż wskazana ilość dni, nastąpi sprzedaż preparatu, nie zostanie on zamówiony. To powinno eliminować problem związany z zamawianiem wyprzedawanego towaru. Domyślnie parametr wyłączony.

7.2.2.2.2 Parametry dla towaru

Parametry odnoszące się do produktu, regulujące zamawianie, dostępne są w **Towarach**, zakładka **Parametry zamawiania** (Rysunek 7-25).

Rysunek 7-25 Parametry zamawiania produktu

Normy magazynowe, ilościowe mogą być:

- obliczane automatycznie przez program (**Sposób zamawiania: Automatyczny, Nowość**),
- ustawiane ręcznie (**Sposób zamawiania: Ręczny**).

W sekcji **Technika zamawiania** mamy jeszcze dodatkowe ustawienia:

- **Ręczny wytypowany** – produkty rozpoznane przez program, jako prowadzone na zamówienie klienta.
- **Wstrzymaj zamawianie** – wstrzymuje zamawianie produktu, do wykorzystania, gdy na przykład mamy na stanie odpowiednik. Służy również do wydawania rekomendacji STOP.
- **Brak w hurtowni** – jeśli dojdzie do sytuacji, że w okresie podanym w parametrach ogólnych, sprzedaż produktu nie wystąpi, program przestanie go zamawiać. Jeśli dotyczy to braków na rynku, należy taki produkt oznaczyć tym właśnie ustawieniem, by go nie przeoczyć, gdy już pojawi się na rynku.

By przejrzeć listę produktów, o wskazanej „technice” zamawiania, personel apteki zastosuje filtr **Sposób zamawiania**, dostępny w **Towarach**:

- A – Automatyczny,
- H – Brak w hurtowni,
- N – Nowość - produkty, dla których wystąpiły mniej, niż 3 dni sprzedażowe,
- P – Wstrzymaj zamawianie,
- R – Ręczny,
- W – Ręczny wytypowany.

W sekcji **Zapas** mamy kolejno następujące parametry:

- **Dni – minimum – maksimum** – normatywy dniowe zapasu. Tu określamy, na ile dni chcemy utrzymywać zapas. Przy ustawieniu 0 (zero) lub puste – normy dniowe wyznaczane są na podstawie kalendarza pracy apteki, według formuły: ilość dni pomiędzy najbliższą dostawą, a następną dostawą plus 1. Czyli zwykle 2 dni, a w piątek zwykle 3 dni.

Manipulowanie przy normach dniowych powinno mieć charakter wyjątkowy i dotyczyć produktów kupowanych w innych cyklach, niż codziennie oraz produktów tanich i szybko rotujących. Typowe ustawienie to albo „bierz z kalendarza”, albo 1,1 (wymaga zdyscyplinowania przy przyjmowaniu dostaw).

- **Ilość – minimum – maksimum** – dla „automatycznych” normy ilościowe są wyznaczane przez algorytm. Dla „ręcznych” wyznaczone ręcznie (0,0 – produkt wyłączony z zamawiania).

- **Zapas nie mniejszy niż** – jako norma ilościowa brane jest maksimum z normy ilościowej, wyliczonej przez program i ilości wpisanej w to pole.

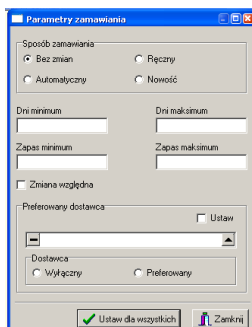
- **Dodawaj do normy** – do normy obliczonej, zostanie dodana ilość wpisana w to pole (pomocne w utrzymywaniu zapasów, na poziomie zapewniającym ekspozycję produktów).

W sekcji **Preferowany dostawca** możemy ustawić wyłącznego lub preferowanego dostawcę:

- jeśli wskażemy dostawcę „wyłącznego” – produkt będzie mógł być zamówiony tylko u tego dostawcy (towary kupowane bezpośrednio u producenta),

- jeśli wskażemy dostawcę „preferowanego” – dostanie on najwyższy priorytet i niezależnie od oferowanej ceny, zostanie przydzielony produktowi. Jednak ręcznie można wybrać innego dostawcę.

Parametry zamawiania można zmieniać „hurtem” dla wyfiltrowanych pozycji. Funkcja dostępna jest w **Towarach** po wciśnięciu **Ctrl+P** (Rysunek 7-26).



Rysunek 7-26 „Hurtowe” zmiany parametrów zamawiania

Ustawiamy parametry i wciskamy **Ustaw dla wszystkich**.

7.2.2.3 Monitorowanie parametrów zamawiania

Parametry zamawiania mogą być monitorowane na poziomie apteki (program Infarm dla apteki), jak i na poziomie centrali (program Infarm dla sieci aptek). Można to zrobić wykorzystując odpowiednie filtry w **Towarach** oraz analizy.

Filtry

Była sprzedaż – karty, dla których miała miejsce transakcja sprzedaży po podanej dacie.

Był zakup – karty, dla których wystąpiła dostawa po podanej dacie.

Rodzaj zamawiania - lista produktów ze wskazanym ustawieniem dla **Sposobu zamawiania**.

W każdej aptece jest bardzo dużo kart nieaktywnych. Wadą tego filtra jest to, że ujmuje i te karty.

Normy ręczne – karty aktywne – lista produktów aktywnych, to jest takich, dla których była dostawa po podanej dacie i które są zamawiane na normach ręcznych (Stan minimalny >0).

Wyłączone z zamawiania – karty aktywne – lista produktów aktywnych, to jest takich, dla których była dostawa po podanej dacie, a które są wyłączone z zamawiania (Sposób zamawiania = Ręczny, Stan minimalny =0).

Rodzaj zamawiania ‘nie mniej’ – lista produktów z wypełnionym polem **Dodawaj do normy** lub polem **Zapasy nie mniejszy niż**.

Normy dniowe decyzyjne – lista produktów, dla których ustawiono normy dniowe.

7.2.2.4 Centralne regulowanie parametrami zamawiania

Regulowanie parametrami zamawiania zwykle odbywa się na poziomie apteki. Istnieje jednak możliwość zmiany sposobu działania w tym zakresie na centralny. Jest to jednak możliwe dopiero wtedy, gdy sieć aptek przejdzie na w pełni scentralizowaną kartotekę towarową. W tym modelu edycja kart towarowych w aptekach jest zablokowana, a karty lokalne są zakładane automatycznie.

Sieci, które pracują w modelu elastycznej centralizacji, mogą ingerować centralnie w proces zamawiania, za pomocą rekomendacji magazynowych wolnych i stowarzyszonych z zamówieniami pakietowymi (strategia: kupuj→rekomenduj→wspieraj sprzedaż), związanych z pakietowymi zamówieniami, lub regulować parametrami bezpośrednio w aptekach poprzez pulpit zdalny.

7.3 Zamówienia centralne codzienne

7.3.1 Wprowadzenie

Również rutynowe, codzienne zamówienia, realizowane bezpośrednio przez apteki, mogą zostać poddane częściowej lub całkowitej centralizacji. W takim modelu, centrala przygotowuje zamówienie i składa je „w imieniu aptek”.

Funkcjonalności w tym zakresie, są bardzo podobne do tego, jak funkcjonują zamówienia na poziomie apteki, z tym, że osoba decyzyjna pracuje w centrali, przygotowuje zamówienia i składa je dla wszystkich aptek.

Codzienny proces zamawiania składa się z następujących czynności:

1. Obliczenie norm ilościowych,
2. Wygenerowanie zapotrzebowania,
3. Weryfikacja zapotrzebowania (opcja),
4. Rozdzielenie zapotrzebowania na dostawców (opcja)
5. Złożenie zamówienia w imieniu aptek.
6. Odebranie list braków,
7. Przekazanie list braków do aptek.


Przetwarzanie zamówień centralnych może być realizowane w modelu całkowicie scentralizowanym lub w modelu rozproszonym. Mianowicie:


- W modelu rozproszonym część obliczeń może być wykonana w aptece – na przykład policzenie norm magazynowych ilościowych. Pozostałe operacje zostaną wykonane w centrali.
- W modelu, w pełni scentralizowanym, wszystkie obliczenia realizowane są w centrali.

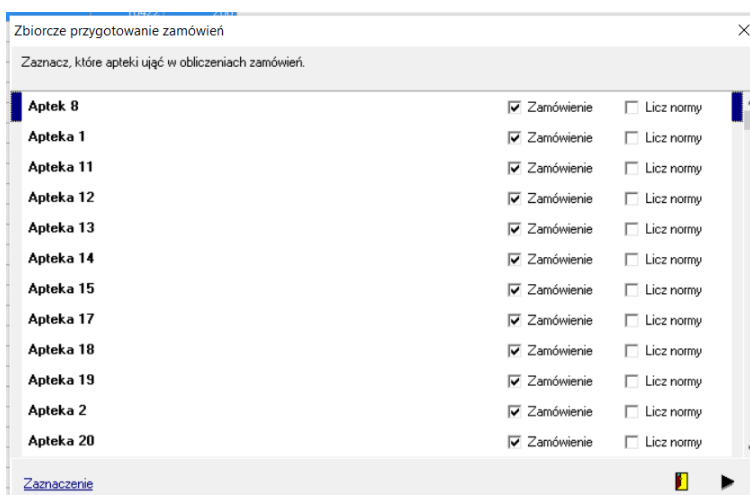
Oczywistym jest, że zamówienia muszą zostać przygotowane na bazie aktualnych stanów magazynowych, dlatego jedną z kluczowych kwestii jest wyznaczenie godzin pracy, kiedy dokładnie będą przygotowywane zamówienia centralne i kiedy ma nastąpić synchronizacja baz danych aptek i centrali, dzięki której zaktualizują się stany magazynowe.

Przed przystąpieniem do lektury następnego rozdziału należy zapoznać się z rozdziałem „**Zamówienia**”, z podręcznika użytkownika programu Infarm dla apteki.

7.3.2 Obliczanie zapotrzebowania dla aptek

Zadanie realizowane jest podobnie, jak na poziomie apteki, po uruchomieniu opcji . Ale od razu widzimy różnicę. W historii dostępne są zapotrzebowania dotyczące wszystkich aptek, w tym zamówienia pakietowe. Te ostatnie mają numer kolejny z „minusem”. W celu

przygotowania dziennych zapotrzebowań dla poszczególnych aptek, wciskamy . Na ekranie pojawi się lista aptek z dwoma atrybutami (Rysunek 7-27).



Rysunek 7-27 Wybór aptek do zamówień

Zamówienie – program ma wygenerować zapotrzebowanie w oparciu o normy ostatnio wyliczone lub wyliczone w aptekach.

Licz normy – przed obliczeniem zapotrzebowania zostaną obliczone normy.

To, jaki wariant wybrać, zależy od dwóch czynników:

1. Czy normy liczą apteki, czy centrala?
2. Czy normy są liczone w momencie generowania zamówień czy wcześniej automatycznie (harmonogram zadań).

Oczywiście, policzenie zapotrzebowań, w oparciu o wcześniej wyliczone normy, zajmuje dużo mniej czasu. Apteki, dla których chcemy wygenerować zamówienia oznaczamy pojedynczo, albo dostępnym na dole menu **Zaznaczenie**. Domyślnie zaznaczone są wszystkie apteki do liczenia zapotrzebowania i żadna do liczenia norm. Po oflagowaniu aptek, wciskamy „trójkącik”, program przystąpi do obliczeń. Po ich zakończeniu albo zamykamy okno, albo wciskamy guzik **Zbiorcze**.

7.3.3 Przeglądanie i ręczne wygładzanie zapotrzebowań

Wygenerowane przez algorytm optymalizacyjny zapotrzebowania mogą być poddane ręcznej obróbce. Osoba pracująca w centrali ma do dyspozycji dwa widoki:

- **Zapotrzebowanie konkretnej apteki** – widok ten jest dokładnie taki sam, jak widok w aptece. Opis w podręczniku użytkownika do programu Infarm dla apteki.
- **Zbiorczo** – tu z kolei widok jest taki sam, jak w zamówieniach pakietowych.

Z obu poziomów można dokonywać oceny i ewentualnie modyfikować proponowane przez program ilości do zamówienia.

7.3.4 Przygotowanie zamówień

Przedostatni etap, to przygotowanie zamówień dla konkretnych dostawców. Zwykle są to następujące warianty:

- Jeden dostawca,
- Po najlepszej cenie,
- Umowy z hurtowniami.

By uruchomić jeden z wariantów, korzystamy z funkcji dostępnych z poziomu **Operacje→Zamówienia zbiorcze→Rozdziel na zamówienia**.

7.3.5 Wysłanie zamówień

By wysłać zamówienia, uruchamiamy **Operacje→Zamówienia zbiorcze→Realizuj zamówienia**.

7.4 Przesunięcia towarów między aptekami

Przesuwanie towaru pomiędzy aptekami to dodatkowa możliwość optymalizowania zapasów towarów w sieci aptek. Do zagadnienia można podejść na dwa sposoby:

- Centralnie – centrala monitoruje zapasy w aptekach i decyduje, co, skąd i gdzie przesunąć.
- Lokalnie – apteki mają dostęp do informacji o stanach magazynowych w innych aptekach i „dogadują” się między sobą.

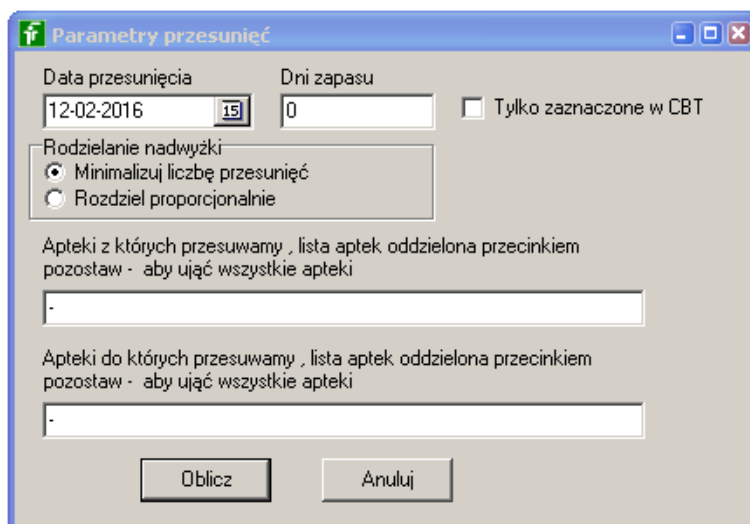
Infarm wspiera obie metody działania.

7.4.1 Centralne przesunięcia międzyapteczne

Opcja **Magazyn→Przesunięcia między apteczne** wspiera centralę w procesie decyzyjnym, związanym z przesunięciami towarów między aptekami. Ogólnie, zadanie polega na tym, że w jakimś cyklu – miesięcznie, tygodniowo, itp., obliczane są nadwyżki w poszczególnych aptekach i porównywane z niedoborami. W efekcie powstają sugestie, co do przesunięć, w układzie: każda apteka → do każdej apteki. W formie wydruków.

Zadanie realizujemy w oparciu o następującą sekwencję czynności:

1. Uruchamiamy opcję **Magazyn→Przesunięcia między apteczne**.
2. Uruchamiamy **Operacje→Oblicz dla aptek** (Rysunek 7-28).



Rysunek 7-28 Przesunięcia towarów między aptekami

Data przesunięcia – zwykle będzie to data bieżąca.

Dni zapasu – tu określamy normę dniową, dla której ma być wyznaczony zapas optymalny, powyżej którego mamy do czynienia z nadwyżkami, a poniżej z niedoborem.

Rozdzielanie nadwyżki:

Minimalizuj liczbę przesunięć – tak rozdzieli nadwyżki by przesunięć było jak najmniej,

Rozdziel proporcjonalnie – nadwyżka jest dzielona pomiędzy aptekami proporcjonalnie do niedoborów.

Możemy ograniczyć apteki brane pod uwagę i po stronie nadwyżek i po stronie niedoborów, wpisując ich numery w polach poniżej. Po ustawieniu wszystkich parametrów, przechodzimy do następnego kroku.

3. Wciskamy **Oblicz** – program przystąpi do analizowania aptecznych magazynów i przygotowania sugestii do przesunięć. Czekamy chwilę. Program przygotowuje dane i zapisze je pod datą wskazaną w parametrach przesunięcia. Wygenerowane dane w poszczególnych dniach są zapisywane i pamiętane i można się do nich odwołać wielokrotnie. Jeśli dane zostaną wygenerowane w tym samym dniu dwa lub więcej razy, będą pamiętane tylko ostatnio wygenerowane.

4. Przechodzimy do przeglądania sugestii. W tym celu (Rysunek 7-29):

Rysunek 7-29 Przeglądanie przesunięć

- wskazujemy aptekę, z której ma nastąpić przesunięcie (Przesunięcia **z apteki**),
- wskazujemy dzień, z którego chcemy wziąć sugestie do przesunięć (Data **przesunięcia**),
- podajemy przedział czasu, dla którego chcemy znać sprzedaż (Sprzedaż **od**, **Sprzedaż do**),
- wskazujemy apteki, do których ma nastąpić przesunięcie (Do **apteki**),
- wciskamy **Pokaż**.

W zakładce **Lista** widzimy informację dotyczącą apteki z nadwyżkami magazynowymi. Kolejno: **Nazwa w aptece**, **Nazwa CBT**, ilość nadwyżki (**Sztuk**), stan na moment wygenerowania sugestii (**Stan**). W zakładce **Szczegóły** → **Zawartość** mamy podgląd informacji dla poszczególnych aptek (ze wskazanych wcześniej). W górnym oknie mamy informacje o poszczególnych aptekach. W wierszu z apteką o numerze 0 widoczna jest ilość do przesunięcia, „bez przydziału”. Inaczej, ta część nadwyżki, której nie ma gdzie ulokować. W dolnym oknie mamy szczegółową informację dotyczącą podświetlonej apteki na tle danych apteki, z której dokonywane jest przesunięcie. Mianowicie:

Przesunięcie – ilość do przesunięcia proponowaną przez program

Stan magazynu – stan w aptece, z której następuje przesunięcie

Razem przesunięcie – ilość do przesunięcia łącznie

Zostaje na magazynie – ilość, jaka pozostanie w aptece, z której towar przesuujemy

Razem stan w aptekach – stan w aptekach, do których przesuujemy, łączny

Zebrane informacje dają pełny obraz sytuacji. Jednak zamiast szczegółowo przeglądać pozycję po pozycji, dużo wygodniej jest sporządzić raporty dla poszczególnych aptek, by te na ich podstawie, po weryfikacji, dokonały przesunięć między sobą. Najwygodniej będzie sporządzić oddzielne raporty w układzie każda apteka przesuująca i każda apteka odbierająca. Realizację tego zadania ułatwi nam analiza „6 Przesunięcia międzymagazynowe – sugestie”. Możemy raport otworzyć w arkuszu kalkulacyjnym i tam podzielić na apteki, lub też wykorzystać filtr „Z apteki – do”, dostępny na wynikach analizy.

7.4.2 Lokalne przesunięcia międzyapteczne

W aptece sieciowej można uruchomić funkcjonalność podglądu cen i stanów magazynowych w innych aptekach sieci. Funkcja działa w ten sposób, że w ekspedycji na liście towarów, lub na CBT, po wciśnięciu Ctrl+C, na ekranie pojawi się tabela z odpowiednią informacją (Rysunek 7-30). Zakres udostępnianej informacji jest definiowany w aptece udostępniającej dane, dla każdej apteki pobierającej dane (Rysunek 7-31).

Apteka	Stan	Cena	Nazwa
██████████	58	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL ST
██████████	12,657	6,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL
██████████	35,671	8,99	RUTINOSCORBIN TABL PO 90 TABL
██████████	26,337	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL
██████████	28,001	8,99	RUTINOSCORBIN 90 TABL
██████████	9,997	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL
██████████	21	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL ST
██████████	35,333	8,99	RUTINOSCORBIN TABL X 90 SZT.
██████████	45	8,99	RUTINOSCORBIN 90 TBL
██████████	18,334	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL ST
██████████	11,634	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL BR
██████████	36,445	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL GG
██████████	14,689	8,99	RUTINOSCORBIN x 90 TABL

Rysunek 7-30 Ceny i stany w innych aptekach

Apteka Współpracująca <input type="text" value="10010"/>	Pokazuj stany		Pokazuj ceny	
	<input type="radio"/> Pełna informacja	<input checked="" type="radio"/> Tylko jest/nie ma	<input type="radio"/> Pokaż	<input checked="" type="radio"/> Nie pokazuj
	<input type="radio"/> Nie pokazuj			

Rysunek 7-31 Podgląd cen – zakres informacji

7.4.2.1 Uruchomienie usługi

Usługa działa w oparciu o serwer synchronizacji i wykorzystuje adres IP określony w definicji synchronizacji zdalnej. Usługę konfigurujemy tak, że dane są pobierane przez apteki z centrali (z bazy danych programu Infarm dla sieci aptek). Wystarczy z poziomu programu Infarm dla sieci aptek, ustawić uprawnienia dla każdej apteki, w ramach opcji **Apteki**. Dla każdej apteki udostępniającej informację w zakładce „**Apteki współpracujące**” (Rysunek 7-31).


7.4.3 Udostępnianie dokumentów MM przez apteki

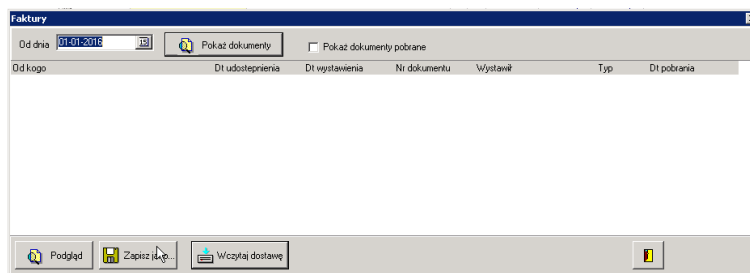
Apteka, która wystawia dokument międzymagazynowy MMR (apteka przekazująca towar) może udostępnić plik z dokumentem, aptece, do której towar będzie przesuwany. Mamy więc dwie operacje:

1. Udostępnianie pliku.

Z poziomu opcji **Magazyn→WZ/RW/MMR** uruchamiamy **Operacje→Udostępnij w formacie Datafarm** (lub **KT0**). Dodatkowo **Operacje→Lista udostępnionych dokumentów** pozwala przeglądać udostępnione dokumenty.

2. Pobranie pliku z dokumentem.

Z poziomu opcji **Dostawy** klikamy w  na dole ekranu, obok **F10-Import**. Z wyświetlonej listy wybieramy **Pharmonia** (Rysunek 7-23).



Rysunek 7-32 Pobieranie udostępnionych dokumentów MM

Wybieramy datę i wciskamy **Pokaż dokumenty**. Po wyszukaniu odpowiedniego dokumentu, wciskamy **Wczytaj dostawę**.

7.4.3.1 Uruchomienie usługi

Usługa działa po wykonaniu przygotowań wymaganych do uruchamiania usługi podglądu cen i stanów z innych aptek.

7.5 Efektywne zarządzanie zapasami

Zakupy w sieci aptek, to gra zespołowa, w której uczestniczy i personel aptek i personel działu zakupów centralnych. Osoby te działają w dużym stopniu autonomicznie i w dużym stopniu według własnego uznania i preferencji. By osiągnąć w tej dziedzinie satysfakcjonujące rezultaty, należy proces zaopatrzenia objąć kontrolą i nadzorem. Warto również wprowadzić pewne standardy. Centrala sieci aptek dysponuje pełną i szczegółową informacją na temat zapasów w aptekach i operacji, które mają na nie wpływ. Tak samo personel apteki, dysponuje kompletnym zestawem informacji na ten temat, odnośnie swojej apteki. Informację tę należy jedynie odpowiednio przetworzyć i przeanalizować. Oto propozycja Infofarm w tym zakresie.

7.5.1 Rotacja zapasów

Istnieje prosty do uzyskania wskaźnik syntetycznie oceniający efektywność gospodarki zapasami, jakim jest wskaźnik rotacji zapasu. Mówi on nam, ile dni przeciętnie upływa od momentu przyjęcia towaru na magazyn, a jego sprzedażą. Ten wskaźnik jest dość obiektywną

miarą jakości polityki zakupowej. Jeśli porównamy dwie podobne do siebie apteki (obroty, lokalizacja) i mają one różne wskaźniki rotacji, to najprawdopodobniej personel w aptece o dłuższej rotacji, radzi sobie gorzej. Wskaźnik rotacji dla wszystkich aptek uzyskamy z analizy 7 ...

Stan magazynu + sprzedaż. Analizie należy poddać okresy nie krótsze niż miesiąc. Raport ten pokazuje rotację i kilka innych użytecznych informacji:

Rotacja – rotacja zapasu wyrażona w dniach, wyliczona w oparciu o dane ze wskazanego okresu. Przy czym brana jest pod uwagę faktyczna ilość dni roboczych w analizowanym okresie, a nie jak to zwykle bywa, zakłada się, że miesiąc ma 30 dni.

Sp-zakup – sprzedaż towarów w podanym okresie wyceniona w cenach zakupu netto,

Ilość_as – ilość pozycji asortymentowych, to jest ilość kart ze stanem większym od 0

Śr_wart_zakup – średnia wartość zapasu jednej pozycji asortymentowej wyrażona w cenach zakupu netto

Bierzemy pod lupę rotację! Układamy apteki w porządku rosnącym i wyznaczamy średnią. Apteki o rotacji gorszej niż średnia, wymagają szczególnej uwagi. Oczywiście należy dokonać tu pewnej oceny jakościowej, szczególnie, co do wysokości obrotów. Im apteka większa, tym łatwiej osiąga lepszą rotację. Tak czy inaczej, omawiana metoda, pozwala nam wskazać „czarną” listę aptek, które należy objąć szczególnym nadzorem. To już dużo. Jednak nie wyjaśnia, czy apteki osiągają faktycznie odpowiednią efektywność w zakresie gospodarowania zapasami. Czy nie jest tak, że wszystkie radzą sobie źle? Rodzi się, więc pytanie, czy jesteśmy w stanie wyznaczyć rotację, jaką dana apteka powinna osiągnąć/jakiej wartości zapas magazynowy powinna posiadać? Odpowiedź jest twierdząca, co spróbujemy wyjaśnić w kolejnych podrozdziałach.

7.5.2 Nadwyżki magazynowe

Nadwyżki magazynowe to wartość nadmiarowego zapasu. Jego wyznaczenie w sieci aptek napotyka na problem wynikający z zamówień pakietowych. O ile codzienne zamówienia w aptece koncentrują się na minimalizacji zapasów, o tyle zakupy pakietowe są zorientowane na maksymalizowanie korzyści w postaci dodatkowych rabatów i budżetów odsprzedażowych. Na szczęście, jeśli tylko zamówienia pakietowe realizowane są poprzez moduł **Zamówień pakietowych**, mamy możliwość rozróżnienia produktów zamawianych codziennie i produktów zamawianych pakietowo. To – z kolei – pozwala nam obliczyć nadwyżki magazynowe odnoszące się wyłącznie do produktów zamawianych codziennie.

Wyznaczenie nadwyżek magazynowych, odnoszących się wyłącznie do produktów zamawianych codziennie, jest niestety dość złożonym zadaniem, które najwygodniej wykonać odrębnie dla każdej apteki i w aptece. Procedura jest następująca:

- **System**→**Parametry programu**→**Parametry ogólne**, zakładka **Zarządzanie zapasem**
– w pole **Uwzględniaj towary sprzedane w okresie ostatnich X dni**, wpisujemy 1000 dni (pamiętamy, że po dokonaniu tych obliczeń, przywracamy pierwotne ustawienie).
- Następnie otwieramy **Towary** i obliczamy normy magazynowe – wciskając dostępny na dole guzik **Normy** (lub **Shift+F5**).

- Uruchamiamy analizę 7...**Rotacja towarów**. Za okres analizy przyjmujemy ostatnie 90 dni. Na wynikach analizy włączamy filtr **Kupowane codziennie** i obliczamy nadwyżkę (Wydruk→Ekran→podsumowanie pola **Wartość nadwyżki**).

Kiedy znamy wartość nadwyżek, to już wiemy wszystko. Ile kapitału ponad miarę jest zaangażowane w zapasy magazynowe i jaka jest rotacja optymalna dla każdej apteki.

Z nadwyżkami magazynowymi możemy sobie radzić na kilka sposobów:

- Przesuwać towary między aptekami,
- Zwrócić towar do hurtowni, chociaż nie zawsze jest to możliwe,
- Wystawić na promocję/przecenę nadmiarowe produkty.

Jednak najlepszy sposób na nadwyżki magazynowe, to zapobieganie ich powstawaniu! Kluczem do tego jest precyzja i skuteczność codziennych zamówień. Infofarm, jako jedyna firma działająca na rynku w zakresie oprogramowania dla aptek, poświęciła dużo uwagi i energii, by opracować efektywny algorytm, wyznaczający ilościowe normy magazynowe, które zapewnią osiągnięcie optymalnego zapasu przy akceptowalnym ryzyku wystąpienia braków, na poziomie niższym, niż 0,3 %.

7.5.3 Optymalne zakupy codzienne

Do efektywnego zamawiania codziennego potrzebne są w zasadzie tylko dwie rzeczy. Efektywne narzędzie do zamawiania oraz konsekwencja personelu w jego stosowaniu. Pierwsze gwarantuje algorytm zamawiający, opracowany przez Infofarm. Natomiast z drugim bywa niestety różnie. Personel apteki jako odpowiedzialny za zatowarowanie apteki ma tutaj dużą swobodę i z niej korzysta. Praktycznie, każda osoba przygotowująca zamówienie codzienne, ma własne doświadczenia i kieruje się swoimi przyzwyczajeniami. Występują następujące sytuacje:

1. Ilości proponowane przez algorytm do zamówienia są zmieniane w obie strony (podnoszone, obniżane).
2. Część zamówień jest realizowanych telefonicznie, w oderwaniu od techniki optymalizacyjnej.

O ile nakłanianie załogi apteki do zaniechania tych praktyk wydaje się być ryzykowne (wszak zamówienia robią osoby kompetentne i zorientowane w potrzebach apteki), o tyle mamy możliwość oceny tych działań po fakcie. Czy to postępowanie miało sens? Czy przyniosło korzyści? Jeśli tak, to jak duże? Czy wygenerowało koszty? Jeśli tak, to jak duże? I na tej podstawie podjąć ewentualne działania korygujące to postępowanie.

7.5.3.1 Uszczelnianie systemu zamówień

W pierwszej kolejności musimy ocenić, czy system zakupów jest szczelny, to znaczy, czy relacja wartości zakupów do wartości zarejestrowanych zamówień jest zadowalająca (nigdy nie osiąga 100%). Jeśli nie, należy to zmienić, redukując zamówienia telefoniczne do minimum i zwiększyć udział zamówień pakietowych realizowanych przez moduł **Zamówienia pakietowe**. Do tematu można podejść w dwojaki sposób:

- Metodą szacunkową.

- Metodą szczegółową.

Metoda szacunkowa polega na porównaniu wartości zamówień i wartości dostaw. Takie porównanie zrobimy w oparciu o analizę **6....Zamówienia, dostawy, pakiety**.

By zastosować metodę szczegółową, należy w pierwszej kolejności wdrożyć w aptekach obowiązek wpisywania w trakcie przyjmowania dostaw, na jakiej podstawie one są – pakietowe czy codzienne zamówienie. W przypadku codziennego, dodatkowo datę zapotrzebowania. Gdy to już działa, możemy dokonywać dokładnych i o różnym poziomie szczegółowości porównań zamówień z dostawami za pomocą funkcji **Magazyn→Zamówienia→Kontrola zamówień**. Opis w „Podręczniku użytkownika programu Infarm dla apteki”.

W procesie nadzoru zakupów, kontroli poddane są zamówienia, natomiast na stan magazynowy wpływ mają faktyczne dostawy. Dlatego, dopiero, gdy uszczelnimy system zamówień, możemy myśleć o skutecznym sterowaniu strumieniem dostaw.

7.5.3.2 Kto lepiej zamawia – komputer czy człowiek?

Omawiamy tutaj algorytm optymalizujący zamówienie, opracowany przez Infarm. Jako autorzy programu stawiamy tezę, że algorytm zamawia lepiej, niż człowiek! Więcej! Ingerencje w to, co zaproponuje komputer nie przynoszą rzeczywistych korzyści, a tylko wiążą się z dodatkową, zbyteczną pracą. Zwiększenia zamówień są główną przyczyną nadmiarowych zapasów! I można to łatwo sprawdzić, jeśli tylko w aptece stosowany jest algorytm optymalizacyjny, czyli wariant **Przed obliczeniem braków policz normy zamawiania** (nie „Zamów towary sprzedane od”). W jaki sposób? Dzięki temu, że niezbędne informacje są trwale zapisywane w bazie danych. Po fakcie możemy porównać twarde dane: zamówienie, faktyczną sprzedaż i stan magazynowy. Dla zobrazowania problemu, przykład:

Przykłady	I	II
Stan na koniec dnia, w dniu zamawiania	1	1
Ilość wyliczona przez algorytm	4	2
Ilość faktycznie zamówiona i kupiona	10	5
Sprzedaż w dniu następnym	4	4
Stan na koniec dnia następnego	7	2
Stan na koniec dnia, jaki by był, gdyby zamówiono zgodnie z algorytmem	1	-1

W pierwszym przykładzie, podniesienie zamówienia nie przyniosło korzyści. Popyt zostałby zaspokojony ilością zaproponowaną przez algorytm (Teoretyczny stan końcowy 1 opakowanie). W drugim przykładzie podniesienie zamówienia, w stosunku do propozycji algorytmu, uchroniło nas przed niedoborem – zabrakłoby jednego opakowania. Do trafnej oceny należy analizować sprzedaż w pierwszym dniu po dniu złożenia zamówienia, a jeśli w tym dniu sprzedaży nie było, to w pierwszym dniu, po dniu zamówienia, w którym ona wystąpiła. I tak właśnie liczymy w programie.

Takie porównanie, dla wszystkich zamówień z zadanego przedziału czasu, dokonamy za pomocą analizy **6...Zamówienia a dostawy**. Analiza zwraca wszystkie potrzebne dane, łącznie z wartością korekty i teoretyczną utratą przychodu z tytułu hipotetycznego niedoboru. Analizę robimy za dowolny okres czasu, w szczególności za jeden dzień. Ale musimy sięgnąć nieco wstecz, by móc porównać sprzedaż z zamówieniem.

KOREKTA	STRATA	NAZWA	STAN	WYLICZONE	ZAMOWIENIE	ZAKUPY	SPRZEDAZ	ST_P_WYL_M_SP	DT
50,04		4FLEX ST	A	2,00	1,00	2,00	2,00		
9,87		ACC 100 MINI X 20 TABL.MUS.	A	0,00	1,00	2,00	2,00		
18,34	-18,34	ACC OPTIMA 0,6 G X 10 TABL.IRW	A	1,00	1,00	3,00	3,00	4,00	-2,00 30-01
60,48		ACCU-CHEK ACTIVE X 50	A	11,00	1,00	3,00	3,00	2,00	10,00 26-01
8,09		ACENOCUMAROL 4 MG X 60 TABL.	A	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00 19-01
8,09		ACENOCUMAROL 4 MG X 60 TABL.	A	2,00	1,00	2,00	2,00		
2,39	-2,39	ACIDUM FOL. 5 MG X 30	A	0,00	1,00	2,00	2,00	2,00	-1,00 16-01
2,39		ACIDUM FOL. 5 MG X 30	A	-1,00	2,00	3,00	3,00		
3,63	-14,52	ACIDUM FOL. 15MG X 30	A	-1,00	1,00	2,00	2,00	4,00	-4,00 01-02
1,84	-7,36	ACIDUM FOLICUM HASCO 0,015 G X 30 TABL.A	A	-4,00	1,00	2,00	2,00	1,00	-4,00 28-01
6,82		ACODIN 0,015 G X 30 TABL.	A	3,00	2,00	3,00	3,00	1,00	4,00 18-01
13,64		ACODIN 0,015 G X 30 TABL.	A	3,00	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00 29-01
6,82		ACODIN 0,015 G X 30 TABL.	A	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00 27-01
13,83		ACODIN 0,015 G X 30 TABL.	A	4,00	1,00	3,00	3,00	1,00	4,00 10-02
8,39		ACODIN SYROP 0,3 G 100 ML	A	0,00	1,00	2,00	2,00	1,00	0,00 01-02
8,39		ACODIN SYROP 0,3 G 100 ML	A	0,00	1,00	2,00	2,00		
8,90		ACTISOFTIN KREM 8 G	A	1,00	2,00	3,00	3,00	1,00	2,00 09-02
14,81	-14,81	AFRIN AEROSZOL 0,05% 20 ML	A	0,00	1,00	2,00	2,00	2,00	-1,00 22-01
25,04		AGAPURIN SR 600 X 20 TABL.IRW	A	0,00	1,00	3,00	3,00		
11,02		AGLAN 15 MG X 30 TABL.	A	0,00	2,00	3,00	3,00	0,00	2,00 16-01
17,95		ALACLARIN ACNE ROSACEA KR.LAG. 30ML	A	0,00	1,00	2,00	2,00		
21,59		ALANTAN PLUS MASC 30 G	A	2,00	1,00	5,00	5,00	1,00	2,00 10-02
6,13		ALAX 20 DRAZ.	A	5,00	1,00	2,00	2,00	3,00	3,00 04-02
12,26		ALAX 20 DRAZ.	A	4,00	1,00	3,00	3,00		
16,34		ALEVE 0,22 G X 24 TABL. ST	A	2,00	2,00	3,00	3,00	1,00	3,00 18-01

Zwiększenia

Mamy informacje, dzięki którym łatwo ocenimy sensowność zwiększeń zamówień proponowanych przez komputer. Jak? W prosty sposób. Sporządzamy analizę i na wynikach analizy włączamy odpowiednie filtry:

Podniesione – lista przypadków, dla których w analizowanym okresie zamówienie zostało podniesione przez personel. Po kliknięciu dwa razy na **Count** uzyskamy szybko informację, ile takich przypadków było. Po sporządzeniu wydruku (lub na ekran), jaka była wartość tych zwiększeń (kolumna **Korekta**). Natomiast po włączeniu filtra **Słusznie podniesione** uzyskamy listę przypadków, gdzie ingerencja personelu uchroniła nas przed wystąpieniem braku w ciągu dnia. Możemy dowiedzieć się, ile było takich przypadków, jaka to była kwota w odniesieniu do podniesień ogółem oraz jaką teoretyczną stratę na przychodzie by poniesiono. I możemy ją odnieść do sprzedaży ogółem w analizowanym okresie (należy porównać do sprzedaży w cenie zakupu netto). Infarm przeanalizował wiele przypadków – hipotetyczna strata na obrocie nie przekracza 0,3 % !!!

Zmniejszenia

Ocena zasadności zmniejszeń/zerowań jest trudniejsza. Musimy sobie odpowiedzieć na pytanie, czy ta rezygnacja z zamówienia przyniosła korzyść w postaci obniżenia zapasu magazynowego? Jak to zrobić? Jest i na to sposób. Analizie należy poddać okres kilkudniowy, na przykład tydzień. Zaczynamy od analizy pierwszego dnia, gdzie znajdujemy listę produktów, dla których zmniejszono/wyzerowano zamówienie. Następnie obliczamy, ile faktycznie

zamówiono tego produktu w kolejnych 6 dniach. Na koniec porównujemy ilość faktycznie zamówioną w całym okresie z ilością zaproponowaną przez komputer w pierwszym dniu okresu. Wszędzie, gdzie ta ilość zamówiona jest większa lub równa ilości zaproponowanej przez algorytm w pierwszym dniu, zmniejszenie nie przyniosło żadnych korzyści, a wiązało się z dodatkową pracą – z każdorazowym przeglądaniem całego zapotrzebowania. Poniżej przykład:

Dni	Ilość wyliczona	Ilość zamówiona
I dzień	4	0
II dzień	4	0
III dzień	5	0
IV dzień	5	5
V dzień	0	2
Razem zamówienie	4	7

W powyższym przykładzie, pierwszego dnia personel wyzerował zamówienie. Tak na przykład się dzieje, gdy zamówienie opiewa na małą ilość w stosunku do stanu magazynowego. Jednak w ciągu tygodnia produkt został zamówiony (IV i V dzień), łącznie 7 opakowań, czyli więcej, niż algorytm proponował pierwszego dnia.

Do oceny zasadności zmniejszeń wykorzystamy analizę **6.....Zamówienie <>Wyliczone – zmniejszenia**. Jest to specyficzna analiza, która analizuje wyniki analizy **6...Zamówienia – zamówienie <> wyliczone**. Dlatego postępujemy w sposób następujący:

- W pierwszej kolejności liczymy analizę **6...Zamówienia – zamówienie <> wyliczone** za okres kilkudniowy (Przygotuj).
- Uruchamiamy analizę **6.....Zamówienie <>Wyliczone – zmniejszenia**. Chwilę czekamy, analiza jest dość czasochłonna. Za pomocą filtrów dostępnych na wynikach analizy, zorientujemy się, czy i w jakim stopniu zmniejszenia były zasadne:

Faktycznie obcięte – ilość faktycznie zamówiona i kupiona w analizowanym okresie jest mniejsza, od ilości wyliczonej przez algorytm w pierwszym dniu analizowanego okresu.

Obcięte pierwszego dnia – lista wszystkich pozycji, dla których w pierwszym dniu analizowanego okresu obcięto ilość zamawianą,

Obcinane, lecz nieobcięte – lista produktów, dla których pierwszego dnia analizowanego okresu zmniejszono zamówienie, jednak ilość faktycznie zamówiona i kupiona w całym analizowanym okresie jest większa lub równa ilości wyliczonej przez algorytm w pierwszym dniu okresu.

Do oceny zasadności zmniejszeń ilości proponowanych przez algorytm, można również podejść z innej strony. Jak już wiemy, algorytm liczy nam normy magazynowe. Mając normy, możemy policzyć niedobory w stosunku do tych norm i jaka jest wartość tego niedoboru. Jeśli założyć, że opinia personelu, co do norm, że są często za wysokie, jest prawdziwa, to skutkiem

codziennego obcinania zamówienia powinien być duży niedobór w stosunku do tak policzonych norm. By obliczyć te niedobory należy wykonać następujące kroki:

- W **System**→**Parametry programu**→**Parametry ogólne**, zakładka **Zarządzanie zapasem**, w polu **Uwzględniaj towary sprzedane w okresie ostatnich X dni**, wpisać 30 dni.
- Wejść w **Towary** i policzyć normy magazynowe (**Shift+F5**)
- Uruchomić analizę **6.... Niedobory**

Infofarm przeanalizował wiele przypadków. Nigdy niedobory nie są duże! Rodzi się, więc pytanie, co się dzieje ze skutkami obcięć zamówień? I na to pytanie znamy odpowiedź. Zwykle jest tak, że to, co dzisiaj zostało obcięte, i tak zostanie zamówione w ciągu kilku następnych dni, co widać właśnie dzięki analizie **6....Zamówienie <>Wyliczone – zmniejszenia**. Wniosek jest taki, że obcinanie zamówienia jest czasem straconym, nieprzynoszącym realnych korzyści.

7.5.3.3 Tematy, jakich algorytm nie rozwiąże

Jest kilka tematów, z którymi algorytm nie może sobie poradzić, mianowicie:

- **Zmiany sezonowe** – niestety, nie jest możliwe wyznaczenie dnia, który rozpocznie lub zakończy sezon na dany preparat. Każdy rok jest inny. Tu potrzebna jest decyzja.
- **Zakupy pod pacjenta** – do tego właśnie mamy **Defektariusz**.
- **Zamówienia pakietowe** – puki centrala nie będzie blokować zamówień na produkty pakietowe (**Zamawianie w aptekach: Zablockowane**), a wymagać od aptek, by ich nie zamawiały, dopóty personel w aptece, będzie zmuszony kasować ręcznie, zamówienia produktów objętych pakietem.
- Zjawisko **Rozrzedzania dostaw**, czyli zjawisko polegające na tym, że algorytm zamawia stosunkowo długą listę produktów po jednym, dwa opakowania. Z punktu widzenia maksymalizacji rotacji zapasu jest to działanie racjonalne. Zwiększa jednak uciążliwość procesu przyjmowania dostaw. Problem można rozwiązać, na przykład, poprzez podniesienie normy maksymalnej dniowej dla produktów dobrze rotujących, a tanich. Do czego wykorzystamy odpowiedni filtr i funkcję grupowego zmieniania parametrów zamawiania (Towary, funkcja **Ctrl+P**).

7.5.4 Podsumowanie

Proponowana ścieżka postępowania, w zakresie zarządzania zapasami jest następująca:

1. Pełne wdrożenie **Zamówień pakietowych**.
2. Wyznaczenie dla każdej apteki zapasu optymalnego, skorygowanego o zakłócenia wynikające z zamówień pakietowych.
3. Uszczelnienie systemu zaopatrzenia.
4. Zobligowanie personelu aptecznego do stosowania algorytmu optymalizacyjnego.
5. Monitorowanie zapasów i skuteczności personelu aptek.
6. Wdrażanie działań korygujących.

Powyższe działania należy uzupełnić cyklicznie wykonywaną optymalizacją poziomą, opartą na przesunięciach towaru między aptekami. Nadto, produkty nierokujące na sprzedaż, należy

umieszczać na promocjach/wyprzedażach. Efektywność zarządzania zapasami można podnieść jeszcze na wyższy poziom, po wdrożeniu zarządzania asortymentem.

8 Zarządzanie asortymentem

8.1 Wstęp

Decyzje w zakresie zarządzania asortymentem, są nakierowane na odpowiedź na pytanie o szerokość i głębokość oferowanego asortymentu w aptece. By takie decyzje, w ogóle, były możliwe do podjęcia, w pierwszej kolejności musimy sklasyfikować towary (podzielić na grupy) i dokonać analizy danych historycznych. Na tej podstawie możemy dopiero podejmować w tym zakresie decyzje i koordynować działania związane z ich realizacją.

8.2 Klasyfikowanie towarów

Samodzielne klasyfikowanie towarów, oferowanych w sieci aptek, to zadanie trudne i bardzo czasochłonne. Jednak nie jesteśmy tutaj na straconej pozycji, bo możemy wykorzystać pracę innych i uzupełnić ją tylko tam, gdzie to będzie konieczne. Niezwykle cennym źródłem informacji, pomocnej w dokonaniu logicznego podziału aptecznego asortymentu, jest farmaceutyczna baza danych BAZYL. W szczególności są to następujące informacje:

- Klasyfikacja anatomiczno-terapeutyczna, według Światowej Organizacji Zdrowia (ATC/WHO),
- Rodzaj produktu, w szczególności: produkt leczniczy, dietetyk, spożywczy, wyrób medyczny, produkt biobójczy.
- Nazwa międzynarodowa substancji czynnej/substancji czynnych produktu złożonego,
- Odpowiednik zbiorczy.

Umiejętne wykorzystanie tej informacji rozwiązuje przysłowiowe 90% problemów, w sklasyfikowaniu asortymentu, obejmującego produkty lecznicze i suplementy diety. Pozostałe 10% jest do rozwiązania przez użytkownika.

Informacje oparte na FBD BAZYL są dostępne w CBT, kolejno:

- Grupy klasyfikacji ATC/WHO w odpowiednich klasyfikacjach, w zakładce **Klasyfikacje** (Rysunek 8-1).

Rodzaj klasyfikacji	Wartość	Opis
▶ ATC - podgrupa chemiczna	N02BE	anilidy
ATC - podgrupa farmakologiczna	N02B	Inne leki przeciwbólowe i przeciwgorączkowe
ATC - podgrupa terapeutyczna	N02	Leki przeciwbólowe
ATCWHO	N02BE	
ATCWHO-skrócona	N	Ośrodkowy układ nerwowy
BAZYL	010477	
BLOZ12	135390121886	
BLOZ7	3000903	
CPV - Wspólny Słownik Zamówień	33661200-3	

Rysunek 8-1 Klasyfikacja ATC/WHO

- Odpowiednik zbiorczy w zakładce o tej samej nazwie (Rysunek 8-2).

Odpowiednik	Cn det br	Cn det nt	Cn za nt	Marża kw	Marża %	Stan	Sp liczenia	Zgodny
ACENOL FORTE 0.5 G TABL. 20 TABL.	7,79	7,21	4,70	2,51	34,84	5	S,T	N
ACETAMINOPHEN 0.5 G TABL. 20 TABL.								N
AMIPAR 0.5 G TABL. 6 TABL.								N
AMIPAR 0.5 G TABL. 8 TABL.								N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 10 TABL.								N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 100 TABL.	33,12	30,66	22,47	8,20	26,73	118	S	N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 12 TABL.	6,45	5,97	4,01	1,95	32,73	340	S,T	N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 2 TABL.								N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 200 TABL.								N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 50 TABL.	15,15	14,03	13,53	0,50	3,56	383	C,S,T	N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 500 TABL.								N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 6 TABL.	6,88	6,02	4,08	1,94	32,17	18	S	N
APAP 0.5 G TABL. POWL. 8 TABL.	4,39	4,62	3,51	1,11	24,03	1	S	N

Uśrednione dane z aptek:

Cena detaliczna brutto :	11,54	Marża jednostkowa netto :	2,61	Sposób liczenia ceny det. :	C,S,T
Cena detaliczna netto :	10,68	Marża % :	24,46		
Cena zakupu netto :	8,07	Stan :	1543,50	<input type="checkbox"/> Pokazuj produkty ze zgodnym opakowaniem	

Rysunek 8-2 Zakładka Odpowiednik zbiorczy

Mamy tutaj nazwę odpowiednika zbiorczego oraz kilka informacji na temat odpowiedników dla produktu podświetlonego. Mamy możliwość ograniczenia widoku do produktów o tej samej wielkości opakowania (Pokazuj produkty ze zgodnym opakowaniem).

By przejrzeć produkty, które mają zdefiniowany odpowiednik zbiorczy, należy włączyć filtr **Odpowiednik ZBIORCZY**.

8.2.1 Odpowiednik zbiorczy

Czym jest odpowiednik zbiorczy? Warto w tym miejscu zacytować fragment opisu do FBD BAZYL, traktujący o tym jak konstruowany jest odpowiednik zbiorczy:

„W przypadku synonimów zbiorczych leków rejestrowanych uwzględniono następujące zasady dopuszczalności substytucji generycznej, traktowane łącznie:

1/ ta sama nazwa międzynarodowa leku lub skład (nazwy międzynarodowe substancji czynnych) leków złożonych;

2/ ta sama droga podania leku, ale z rozróżnieniem iniekcji do wstrzyknięć i wyłącznie do wlewów;

3/ zbliżona postać o tej samej drodze podania, ale z rozróżnieniem postaci jednodawkowych od wielodawkowych, zaś w ramach rozróżnienia tych postaci z utożsamieniem postaci płynnych z postaciami wytwarzanymi jako stałe, lecz podawanymi jako płynne;

Wyjaśnienia terminów:

- “zbliżona postać” oznacza zamiennność np. “tabl. - tabl. powl. - draż. - kaps. - torebka” (zgodnie z art. 15 ust. 8 ustawy - Prawo farmaceutyczne), “amp. - fiol. - ampułkostrzykawka”, “krem - maść - zasyпка - płyn do stos. zewn. - aerozol do stos. zewn.”, “krople lub zawiesina do oczu - maść lub żel do oczu”, itp.;

- “postać jednodawkowa” oznacza postać leku zawierającą 1 dawkę leku, np. tabl., kaps., czopek, torebka, globulka, jednodawkowe amp., fiol. lub ampułkostrzykawka;

- “postać wielodawkowa” oznacza postać zawierającą wiele dawek leku, np. płyn, krople, syrop, zawiesina, krem, maść, zasyпка, wielodawkowe granulaty lub proszek, przezskórny system terapeutyczny, aerozol;

- "utożsamienie postaci płynnych z postaciami wytwarzanymi jako stałe, lecz podawanymi jako płynne" oznacza np.:

dla postaci jednodawkowych utożsamienie:

- "inj. roztwór" z "inj. sucha subst. do przygotowania roztworu (z rozpuszczalnikiem lub bez)" i z "inj. liofilizat (z rozpuszczalnikiem lub bez)";

- "tabl. - tabl. powł. - draż. - kaps." z "tabl. musujące - tabl. rozpuszczalne - proszek w torebce do sporządzenia roztworu";

dla postaci wielodawkowych utożsamienie:

- "płyn doustny - zawiesina doustna - syrop" z "proszek lub granulaty do sporządzenia roztworu, zawiesiny, syropu (w butelce)"; podawano tylko wtedy, jeśli było to konieczne dla rozróżnienia preparatów o różnych dawkach;

5/ zbliżone właściwości farmakokinetyczne leku, co oznacza rozróżnianie np. postaci dojelitowych od tradycyjnych oraz postaci o przedłużonym działaniu lub zmodyfikowanym uwalnianiu od postaci tradycyjnych.

Nazwy synonimów zbiorczych leków rejestrowanych podano według schematu: "nazwa międzynarodowa lub skład" "skrótowe oznaczenie drogi podania leku" "skrótowe oznaczenie rodzaju postaci/opakowania" "dawka" ewentualnie "skrótowe oznaczenie właściwości farmakokinetycznych leku". Przyjęto następujące zasady:

1/ nazwę międzynarodową podawano w wersji łacińskiej lub polskiej opisowej; dla preparatów złożonych podawano nazwy międzynarodowe substancji czynnych w kolejności alfabetycznej oddzielone znakiem "+";

2/ dla oznaczenia drogi podania leku zastosowano nieco zmodyfikowane i uzupełnione skróty, oparte na oznaczeniach WHO Collaborating Centre for Drug Statistics Methodology: EXT = zewnętrznie (external), I = wziewnie (inhalation), N = donosowo (nasal), O = doustnie (oral), OPH = do oczu (ophthalmic), P = pozajelitowo (parenteral), R = doodbytniczo (rectal), SL = podjęzykowo i dopoliczkowo (sublingual/buccal) lub do stosowania w jamie ustnej, TD = przezskórnie (transdermal), U = do cewki moczowej (urethral), V = dopochwowo (vaginal); dla rozróżnienia iniekcji wyłącznie do wlewów (w dużych objętościach) od iniekcji do wstrzyknięć zastosowano dodatkowe oznaczenie INF = do wlewów (infusion) - dotyczy to preparatów z wodą do iniekcji oraz roztworów chlorku sodowego i glukozy;

3/ dla oznaczenia rodzaju postaci/opakowania zastosowano skróty: 1-D = postać jednodawkowa; W-D = postać wielodawkowa; w przypadku konieczności rozróżnienia postaci stałej od płynnej zastosowano dodatkowe skróty: SOL = postać stała (solidum), LIQ = postać płynna (liquidum);

4/ dawkę podawano w sposób zbliżony do zasad wypełniania pola "Dawka", co oznacza np. w przypadku iniekcji jednodawkowych podawanie dawki substancji czynnej w postaci leku (czyli w całej objętości ampułki, fiolki itp., a nie w przeliczeniu na 1 ml) lub w procentach (np. dla roztworu soli fizjologicznej i preparatów do znieczulenia miejscowego) - jednak w celu utożsamienia iniekcji w postaci płynnej i suchej pominięto oznaczenia objętości roztworu lub rozpuszczalnika; dla różnych dawek preparatów złożonych podawano dawki składników

wyrażonych tą samą jednostką podaną po dawkach (nazwy i dawki składników oddzielano znakiem "+") albo określenia "MITE" lub "FORTE"; dla oznaczenia różnic w zestawach preparatów jedno-, dwu- i trójfazowych zastosowano skróty 1-F, 2-F lub 3-F; dla podstawowych i podtrzymujących zestawów alergenów zastosowano odpowiednio skróty INIT (initial) lub MAINT (maintenance);

5/ oznaczenie właściwości farmakokinetycznych leku zastosowano tylko dla postaci innych od postaci tradycyjnych, stosując skróty: EN = postać dojelitowa (enteral), RT = postać o zmodyfikowanym uwalnianiu lub przedłużonym działaniu (retard).

Według podanych zasad zapis np. "ACEBUTOLOLUM O 1-D 0,4 G EN RT" oznacza "acebutolol postać doustna jednodawkowa 0,4 g dojelitowa o przedłużonym działaniu".

Nazwy synonimów podano w sposób ujednolicony dla całej bazy danych, tworząc wspólny dla obu pól słownik synonimów. Słownik może być wykorzystany do wyszukiwania w Farmaceutycznej Bazie Danych BAZYL preparatów zakwalifikowanych do poszczególnych zbiorów synonimów.

4/ ta sama dawka substancji czynnej (substancji czynnych dla leków złożonych) w określonej postaci leku (dla postaci jednodawkowych) lub w określonej objętości lub gramaturze postaci leku (dla postaci wielodawkowych), z rozróżnieniem dawek preparatów złożonych, preparatów jedno-, dwu- i trójfazowych dla produktów złożonych w zestawach oraz zestawów podstawowych i podtrzymujących dla preparatów alergenów; dawkę preparatów złożonych.....".

Odpowiednik zbiorczy, to idealna baza do substytucji generycznej. Jedyna jego „wada” polega na tym, że nie dla wszystkich produktów bez recepty jest określony, w szczególności dla suplementów diety.


8.2.2 Odpowiednik Infofarm

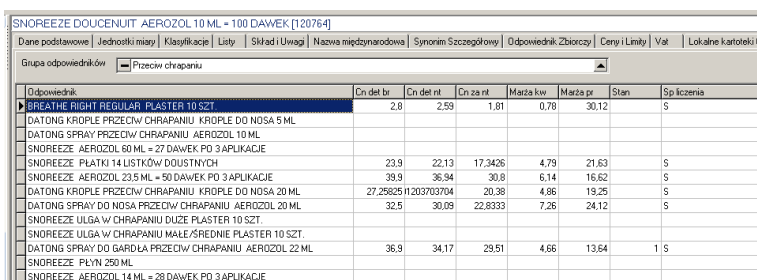
Z uwagi na rolę, jaką pełni farmaceutyczna baza danych BAZYL, podejście jej autorów do ujętych zagadnień, jest bardzo rygorystyczne. My jednak chcemy osiągnąć jeden, konkretny cel – skategoryzować asortyment. Dlatego też, by zwiększyć stopień wykorzystania zawartej w BAZYL'u informacji, dla celów kategoryzacji asortymentu, opracowaliśmy **Odpowiednik Infofarm**, który jest dostępny w zakładce o tej właśnie nazwie. Sposób jego konstruowania, jest bardzo zbliżony do sposobu, w jaki konstruowany jest odpowiednik zbiorczy. Odpowiednik Infofarm, został opracowany dla wszystkich produktów, dla których w FBD BAZYL została podana substancja aktywna (dla produktów złożonych – substancje), a nie podano odpowiednika zbiorczego, oraz wszystkich produktów złożonych, dostępnych bez recepty. By zapoznać się z produktami, dla których opracowano Odpowiednik Infofarm, należy w CBT włączyć filtr **Odpowiednik INFOFARM** i przeglądając produkty, zaglądać do zakładki o tej samej nazwie.

8.2.3 Odpowiednik własny

Niestety nie zawsze, podział produktów, oparty o informację farmaceutyczną, jest wystarczający dla celów handlowych. Niektóre produkty są pozycjonowane na rynku, w sposób nie związany z

ich składem czy innymi parametrami. W takich przypadkach, będziemy posiłkować się odpowiednikiem własnym. Odpowiednik własny może być swobodnie definiowany przez użytkowników. Odpowiednik własny będzie zastosowany zwykle w następujących sytuacjach: Odpowiednik zbiorczy i odpowiednik Infarm jest zbyt ogólny (np. do uzasadnionej substytucji). Chcemy zastosować substytucję w grupie produktów o takim samym zastosowaniu, ale o różnym składzie.

Zakładanie nowych grup odpowiedników własnych i przypisywanie ich do produktów jest bardzo proste. By przejrzeć lub dokonać korekty w odpowiednikach własnych, przechodzimy w tryb edycji CBT (**F11** lub **Operacje-->Tryb edycji**). Następnie, na wybranym produkcie, wchodzimy w zakładkę **Odpowiedniki własne**, gdzie wywołujemy listę **Grup odpowiedników**, wciskając . Ewentualnie dopisujemy nową grupę odpowiedników własnych i przypisujemy ją do produktu. W zakładce jest widoczna i grupa i pozostałe produkty należące do tej grupy (Rysunek 8-3).



Odpowiednik	Cn det br	Cn det nt	Cn za nt	Marża kw	Marża pr	Stan	Sp. liczenia
BREATHE RIGHT REGULAR PASTER 10 SZT	2,8	2,59	1,01	0,78	30,12	S	
DATONG KROPLE PRZECIW CHRAPANIU KROPLE DO NOSA 5 ML							
DATONG SPRAY PRZECIW CHRAPANIU AERODOL 10 ML							
SNOREEZE AERODOL 60 ML = 27 DAWEK PO 3 APLIKACJE							
SNOREEZE PASTYLKI 14 LISTKÓW DOUSTNYCH	23,9	22,13	17,3426	4,79	21,63	S	
SNOREEZE AERODOL 23,5 ML = 50 DAWEK PO 3 APLIKACJE	39,9	36,34	30,6	6,14	16,62	S	
DATONG KROPLE PRZECIW CHRAPANIU KROPLE DO NOSA 20 ML	27,25625	11203703704	20,38	4,86	19,26	S	
DATONG SPRAY DO NOSA PRZECIW CHRAPANIU AERODOL 20 ML	32,5	30,09	22,8333	7,26	24,12	S	
SNOREEZE ULGA W CHRAPANIU DUZE PASTER 10 SZT.							
SNOREEZE ULGA W CHRAPANIU MALE/SREDNIE PASTER 10 SZT.							
DATONG SPRAY DO GARDLA PRZECIW CHRAPANIU AERODOL 22 ML	36,9	34,17	29,51	4,66	13,64	1 S	
SNOREEZE PLYN 250 ML							
SNOREEZE AERODOL 14 ML = 28 DAWEK PO 3 APLIKACJE							

Rysunek 8-3 Odpowiedniki własne

By przeglądać produkty, dla których opracowano odpowiednik własny, należy w CBT włączyć filtr **Odpowiednik WŁASNY** i przeglądając produkty, zaglądać do zakładki o tej samej nazwie.

8.2.4 Kategoria Infarm

Opierając się na sześciu elementach, mianowicie na:

- odpowiedniku zbiorczym,
- odpowiedniku Infarm,
- odpowiedniku własnym,
- grupie terapeutycznej, klasyfikacji ATC/WHO,
- rodzaju produktu,
- kategorii dostępności,

skategoryzowaliśmy asortyment apteczny.

8.2.4.1 Kategoria dostępności

Za punkt wyjścia w klasyfikacji asortymentu, z uwagi na istotne różnice, formalne i faktyczne, w sposobie sprzedaży, należy przyjąć podział na 3 podstawowe kategorie produktów:

- Bez recepty.
- Na receptę nierefundowane.
- Refundowane.

Każda z tych grup, wymaga odrębnego potraktowania. Produkty refundowane, to asortyment, który poddaje się zarządzaniu w niewielkim stopniu, głównie w zakresie dopuszczalnej ustawą refundacyjną substytucji. Za to jest łatwy do skategoryzowania. Nieco lepiej sytuacja wygląda w przypadku leków przepisywanych na receptę, ale pełnopłatnych. Tutaj, teoretycznie mamy swobodę w zakresie substytucji generycznej, o ile tylko potrafimy przekonać do swoich racji pacjenta. Ten asortyment również łatwo poddaje się kategoryzacji. Jednak z handlowego punktu widzenia, największe znaczenie mają produkty bez recepty i na nich się skupimy.

8.2.4.2 Podstawowe grupy produktów bez recepty

Za punkt wyjścia dla tej kategorii dostępności, proponujemy podział na:

- Produkty lecznicze,
- Suplementy diety (dietetyk) i inne produkty spożywcze,
- Wyroby medyczne,
- Inne materiały medyczne,
- Dermokosmetyki,
- Inne środki kosmetyczne,
- Pozostałe produkty.

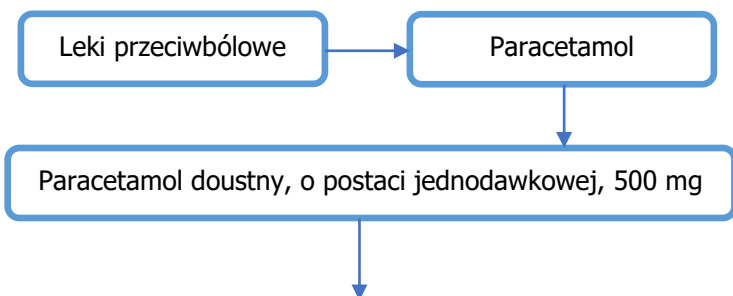
8.2.4.3 Produkty lecznicze

Kategorie dla tej grupy produktów stworzyliśmy w oparciu o kombinację klasyfikacji ATC/WHO, odpowiedników i informacji o drodze podania lub postaci. Przegląd kategorii dostępny jest między innymi, w raporcie BI Infarm: Kategorie Infarm (Rysunek 8-4).

Kategoria
Leki przeciwzapalne i przeciwreumatyczne: (M): IBUPROFENUM O 1-D 0,4 G
Leki stosowane w chorobach nosa: (R): XYLOMETAZOLINUM N W-D 0,1%
Leki przeciwzapalne i przeciwreumatyczne: (M): IBUPROFENUM O W-D 0,2 G/5 ML
Leki przeciwwirusowe do stosowania wewnętrznego: (J): INOSINUM PRANOBEXUM O 1-D 0,5 G
Leki do stosowania miejscowego w bólach stawów i mięśni: (M): DICLOFENACUM EXT W-D 2%
Leki stosowane w chorobach dróg żółciowych i wątroby: (A): PHOSPHOLIPIDS O 1-D
Leki przeciwzapalne i przeciwreumatyczne: (M): IBUPROFENUM+PSEUDOEPHEDRINUM O 1-D 0,2+0,03 G
Leki stosowane w kaszlu i przeziębieniu: (R): ACIDUM ASCORBICUM+RUTOSIDUM O 1-D 0,1+0,025 G
Leki przeciwbólowe: (N): ACIDUM ASCORBICUM+PARACETAMOLUM+PHENYLEPHRINUM O 1-D 0,06+0,75+0,01 G
Środki antyseptyczne i dezynfekujące: (D): OCTENIDINUM+PHENOXYETHANOLUM EXT W-D 0,1%+2%
Leki przeciwwirusowe do stosowania wewnętrznego: (J): INOSINUM PRANOBEXUM O W-D 0,25 G/5 ML
Leki przeciwzakrzepowe: (B): ACIDUM ACETYLSALICYLICUM O 1-D 0,075 G EN
Leki stosowane w chorobach gardła: (R): FLURBIPROFENUM O 1-D 0,00875 G
Leki przeciwbólowe: (N): PARACETAMOL+PHENIRAMINE+PHENYLEPHRINE PROSZEK -> PLYN
Leki przeciwbólowe: (N): PARACETAMOLUM O 1-D 0,5 G
Leki ochraniające ścianę naczyń: (C): DIOSMINUM O 1-D 1 G
Leki przeciwbólowe: (N): DEXTROMETHORPHANUM+PARACETAMOLUM+PSEUDOEPHEDRINUM O 1-D 0,015+0,5+0,03 G
Inne leki wpływające na układ nerwowy: (N): CYTISINUM O 1-D 0,0015 G
Leki przeciwbakteryjne do stosowania wewnętrznego: (J): FURAZIDINUM O 1-D 0,05 G
Leki do stosowania miejscowego w bólach stawów i mięśni: (M): DICLOFENACUM EXT W-D 1%
Leki przeciwbólowe: (N): ACIDUM ACETYLSALICYLICUM+ACIDUM ASCORBICUM O 1-D 0,4+0,24 G

Rysunek 8-4 Kategorie Infarm dla produktów leczniczych

Na analogicznych zasadach skonstruowaliśmy kategorie dla suplementów diety, środków spożywczych i produktów biobójczych i innych środków kosmetycznych. Ideę tworzenia kategorii prezentuje schemat na następnej stronie.



Wiodące preparaty w kategorii

APAP 0,5 G TABL. POWL. 50 TABL.
 APAP 0,5 G TABL. POWL. 24 TABL.
 APAP 0,5 G TABL. POWL. 12 TABL.
 APAP 0,5 G TABL. POWL. 100 TABL.
 PARACETAMOL POLFA-ŁÓDŹ 0,5 G TABL. 50 TABL.
 PARACETAMOL BIOFARM 0,5 G TABL. 20 TABL.
 PARACETAMOL AFLOFARM 0,5 G TABL. 20 TABL.
 EFFERALGAN 0,5 G TABL. MUSUJĄCE 16 TABL.
 PARACETAMOL BIOFARM 0,5 G TABL. 10 TABL.
 PANADOL 0,5 G TABL. POWL. 12 TABL. KARTONIK
 PARACETAMOL HASCO 0,5 G TABL. POWL. 30 TABL.
 APAP 0,5 G TABL. POWL. 6 TABL.

8.2.4.4 Suplementy diety i inne produkty spożywcze

Ta grupa produktów została skategoryzowana, na takich samych zasadach, jak produkty lecznicze. Podobnie dla produktów z grup „Inny medyczny” i „Inny środek kosmetyczny” Wgląd i w ten asortyment uzyskamy również z poziomu raportu BI Infarm:Kategoria Infarm (Rysunek 8-5).

Kategoria
4 Witaminy (A): HERBAL EXTRACTS+MINERALS+VITAMINS O 1-D
5 Leki przeciwbiegunkowe, przeciwwrzaskowe, przeciwzapalne stosowane w chorobach przewodu pokarmowego: (A): BIFIDOBACTERIUM+LACTOBACILLUS+STREPTOCOCCUS O 1-D
6 Witaminy (A): MINERALS+VITAMINS O 1-D
7 Witaminy (A): ASCORBIC ACID+BIFIDOBACILLUS O 1-D
8 Witaminy (A): COLECALCIFEROL O 1-D 2000 I.M.
9 Witaminy (A): MAGNESIUM+POTASSIUM+PYRIDOXINE O 1-D
10 Leki przeciwbiegunkowe, przeciwwrzaskowe, przeciwzapalne stosowane w chorobach przewodu pokarmowego: (A): LACTOBACILLUS SPP. O W-D 5 MLD KOMÓREK/S KROPLI
11 Leki wzmacniające: (A): HERBAL EXTRACTS+MINERALS+VITAMINS PLYN
12 Witaminy (A): MAGNESIUM+PYRIDOXINUM O 1-D 0,1+0,005 G
13 Witaminy (A): Witaminy z miedzią: O 1-D
14 Witaminy (A): OLEUM ESCORIS ASELLI PLYN
15 Witaminy (A): AMINO ACIDS+HERBAL EXTRACTS+MINERALS+VITAMINS O 1-D
16 Preparaty i produkty do żywienia: (V): Połączenia lipidów, węglowodanów, białek, związków mineralnych, witamin: PLYN
17 Witaminy (A): COLECALCIFEROL O 1-D 400 I.M.
18 Witaminy (A): MAGNESIUM+PYRIDOXINUM O 1-D 0,375+0,005 G
19 Witaminy (A): MINERALS+OMEGA TRIGLYCERIDES+VITAMINS KAPS. + TABL.
20 Witaminy (A): LUTEIN+MINERALS+VITAMINS O 1-D
21 Witaminy (A): Preparaty witaminy A w połączeniu z witaminą D: O 1-D
22 Leki przeciwbiegunkowe, przeciwwrzaskowe, przeciwzapalne stosowane w chorobach przewodu pokarmowego: (A): SOLE REHYDRATYCYNE O 1-D
23 Witaminy (A): CYANOCOBALAMIN+FERRUM+FOLIC ACID+IODINE+OMEGA TRIGLYCERIDES+PYRIDOXINE+ZINC O 1-D
24 Leki stosowane w chorobach dróg żółciowych i wątroby: (A): CHOLINE+ORNITHINE ASPARTATE O 1-D
25 Leki oftalmologiczne: (S): LUTEIN+OMEGA TRIGLYCERIDES+RETINOL+TOCOPHEROL+ZEAXANTHIN+ZINC O 1-D
26 Leki wzmacniające: (A): GINKGO B.F./EX+LECTHIN+MAGNESIUM+PANTOTHENIC ACID+PYRIDOXINE O 1-D
27 Leki zmniejszające stężenie lipidów: (C): OMEGA TRIGLYCERIDES+TOCOPHEROL O 1-D
28 Leki stosowane w kaszlu i przeziębieniu: (R): ANDROGRAPHIS P.F./EX+BETA-GLUCAN+GENTIANAE RX/EX+GLYCYRRHIZAE RX/EX+SAMBUCI FL/EX+VERBENAE H/EX C
29 Witaminy (A): ACIDUM ASCORBICUM O 1-D 1 G
30 Leki przeciwzapalne i przeciwreumatyczne: (M): ASCORBIC ACID+CALCIUM+COLLAGEN+COPPER+MAGNESIUM+MANGANESE+PHOSPHORUS+PYRIDOXINE PROSZEK -> PLYN
31 Leki przeciwzapalne i przeciwreumatyczne: (M): ASCORBIC ACID+BOSWELLIAE S.C./EX+CHONDROITIN SULFATE+GLUCOSAMINE SULFATE+HYALURONIC ACID+MANGANESE+ZINC
32 Leki wzmacniające: (A): HERBAL EXTRACTS+MINERALS+VITAMINS O 1-D
33 Leki przeciwbiegunkowe, przeciwwrzaskowe, przeciwzapalne stosowane w chorobach przewodu pokarmowego: (A): LACTOBACILLUS SPP. O 1-D 6 MLD KOMÓREK

Rysunek 8-5 Kategoria Infarm dla dietetyków

8.2.4.5 Wyroby medyczne

Wyroby medyczne zostały skategoryzowane, w oparciu o rodzaj wyrobu, określony w polu Postać FBD BAZYL (Rysunek 8-6).

Kategoria
TERMOMETR
CIŚNIENIOMIERZ
INHALATOR/NEBULIZATOR
KREM
PRZYRZĄD
PLASTER OPATRUNKOWY
PLASTER
KOMPRES
PIELUCHOMAJTKI
ODZIEŻ MEDYCZNA
WKŁADKI HIGIENICZNE/WKŁADY ANAT.
PRZYLEPIEC
PODKŁAD
PREZERWATYWA
OPASKA ELASTYCZNA

Rysunek 8-6 Kategoria Infofarm – wyroby medyczne

8.2.4.6 Dermokosmetyki

Asortyment dermokosmetyków został skategoryzowany według producentów i postaci. Tu na pewno znajdą zastosowanie odpowiedniki własne.

8.2.4.7 Odpowiednik własny, a kategoria Infofarm

W konstruowaniu kategorii, przyjęliśmy proste założenie, co do ważności poszczególnych grup odpowiedników. Najważniejsze są odpowiedniki własne, potem odpowiedniki Infofarm, na końcu – odpowiedniki zbiorcze. I przy uwzględnieniu tej zasady, konstruowane są kategorie. Dlatego, jeśli tylko zdefiniujemy odpowiednik własny i przypiszemy go do kilku produktów, system predefiniuje również kategorie w tym zakresie, budując je dla tych produktów w oparciu o odpowiednik własny.

Przykład: Stworzyliśmy odpowiednik własny o nazwie „PRZECIW CHRAPANIU” i przypisaliśmy go do kilku produktów (Rysunek 8-7).

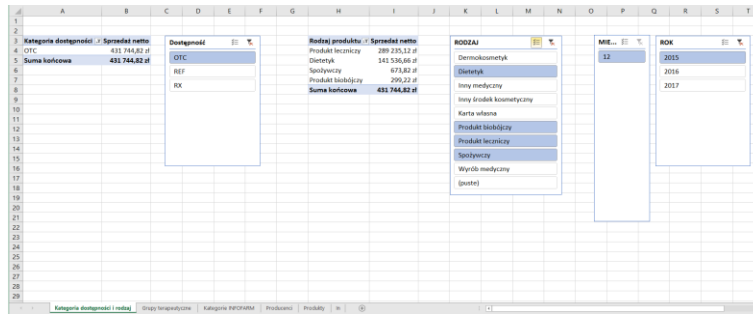
Grupa odpowiedników PRZECIW CHRAPANIU							
Odpowiednik	Cn del br	Cn za nt	Marża kw	Marża pr	Stan	Sp liczenia	
BREATHE RIGHT REGULAR PLASTER 10 SZT	2,8	1,81	0,78	30,12		S	
DATONG KROPLE PRZECIW CHRAPANIU KROPLE DO NOSA 5 ML							
DATONG SPRAY PRZECIW CHRAPANIU AEROSZOL 10 ML							
SNOREEZE PŁATKI 14 LUSTKÓW DOUSTNYCH	23,9	17,3426	4,79	21,63		S	
SNOREEZE AEROSZOL 23,5 ML = 50 DAWEK PO 3 APLIKACJE	39,9	30,8	6,14	16,62		S	
SNOREEZE DOUCENIUT AEROSZOL 10 ML = 100 DAWEK							
DATONG KROPLE PRZECIW CHRAPANIU KROPLE DO NOSA 20 ML	27,25825	20,38	4,86	19,25		S	
DATONG SPRAY DO NOSA PRZECIW CHRAPANIU AEROSZOL 20 ML	32,5	22,8333	7,26	24,12		S	
SNOREEZE ULGA W CHRAPANIU DUŻE PLASTER 10 SZT							
SNOREEZE ULGA W CHRAPANIU MAŁE ŚREDNIE PLASTER 10 SZT							
DATONG SPRAY DO GARDŁA PRZECIW CHRAPANIU AEROSZOL 22 ML	36,9	29,51	4,66	13,64	1	S	
SNOREEZE PŁYN 250 ML							
SNOREEZE AEROSZOL 14 ML = 28 DAWEK PO 3 APLIKACJE							

Rysunek 8-7 Odpowiednik własny

Produkty te zostały zaklasyfikowane przez WHO, jako „Inne leki stosowane w chorobach układu oddechowego”. W takiej sytuacji, tym produktom zostanie nadana kategoria Infofarm: „Inne leki stosowane w chorobach układu oddechowego (R) PRZECIW CHRAPANIU”.

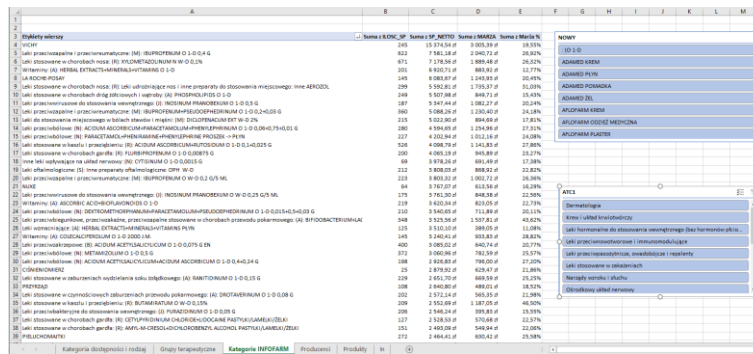
8.3 Struktura asortymentowa – analiza danych historycznych

Wygodnym narzędziem analizy danych historycznych, w kontekście podejmowania decyzji asortymentowych, jest raport BI: „Kategoria INFOFARM”, dla którego źródłem danych jest analiza o nazwie „3.....Kategoria Infofarm”. Raport składa się z pięciu zakładek. Pierwsza, o nazwie „Kategoria dostępności i rodzaj” udostępnia informację w podstawowym podziale – na produkty: Ref, Rx100, OTC i na rodzaje produktów: produkt leczniczy, dietetyk, spożywczy, wyrób medyczny, dermokosmetyk, inny medyczny i inny kosmetyczny. Oraz kilka filtrów (fragmentatorów) – rysunek 8-8.



Rysunek 8-8 Kategoria INFOFARM – zakładka „Kategoria dostępności i rodzaj”

Pozostałe zakładki zawierają rankingi, kolejno: grup terapeutycznych, kategorii INFOFARM, producentów i produktów. Niżej ekran z rankingu kategorii INFOFARM dla wszystkich produktów dostępnych bez recepty (Rysunek 8-9).



Rysunek 8-9 Ranking kategorii INFOFARM

W każdej zakładce mamy dostępny fragmentator, związany ze wszystkimi tabelkami raportu.

8.4 Zarządzanie asortymentem – proces decyzyjny

Struktura asortymentowa, zwizualizowana udziałem poszczególnych kategorii w sprzedaży i marży, jest obrazem rynku jaki obsługują nasze apteki. Jest obrazem potrzeb naszych klientów. W krótkim horyzoncie czasowym ten obraz jest obiektywny i niezależny od nas. Decyzje asortymentowe są nakierowane na zaspokojenie tych potrzeb, w taki sposób by osiągnąć

zadowolenie klientów, ale i zrealizować oczekiwaną marżę i optymalny poziom zapasu magazynowego. Nie można takich decyzji podejmować w oderwaniu od logiki funkcjonowania rynku, a jest ona taka, że łańcuch dostaw zaczyna się od producenta i od faktu, że prowadzenie negocjacji z producentami jest konieczne do osiągnięcia satysfakcjonujących wyników ekonomicznych. Dlatego, mimo, że „sprzedajemy” w strukturze kategorii, to „kupujemy” w strukturze producentów. Dlatego też, najlepszy obraz rynku, dla potrzeb procesu decyzyjnego, daje struktura dwupoziomowa: Producent→Kategoria. Konkretnie produkty już są prostą konsekwencją dokonanych wyborów, w tej strukturze. Pomocny w takiej analizie będzie raport BI „Kategoria Infofarm – producent”. Za punkt wyjścia analizy sytuacji, może być zakładka Producent, prezentująca ich ranking w strukturze naszej sprzedaży. Uzyskamy tu informacje pozwalające szybko ocenić znaczenie producenta (obróć) i jego atrakcyjność (marża i marża procentowa). Konkretnego producenta weźmiemy pod lupę, w zakładce **Prod.->Kat.->Potencjał**, gdzie uzyskamy informację w jakich segmentach zaspokaja on nasze potrzeby i w jakim stopniu. Konkretnie, obroty jakie osiąga w poszczególnych kategoriach i jakie my osiągamy obroty w tych kategoriach. Udział producenta w kategoriach i w całym obsługiwanym przez niego rynku. Dowiemy się również, w których segmentach osiągnął u nas pozycję monopolistyczną, gdzie zaspokaja popyt w 100% (Rysunek 8-10).

Rysunek 8-10 Producent – udziały w kategoriach

Gdy potrzebujemy uzyskać pełny obraz danej kategorii, w ramach której operuje producent, wskazujemy ją, w umieszczonym w górnej części, fragmentatorze. W naszym przykładzie, kategoria „Leki stosowane w chorobach nosa: (R): XYLOMETAZOLINUM N W-D 0,1%” (Rysunek 8-11).

Leki stosowane w chorobach nosa: (R): XYLOMETAZOLINUM N W-D 0,055%
Leki stosowane w chorobach nosa: (R): XYLOMETAZOLINUM N W-D 0,1%
Leki stosowane w chorobach obturacyjnych dróg oddechowych: (R): FENSPIRIDUM O W-D 0,002 G/1 ML

Rysunek 8-11 Wybór kategorii

Następnie przechodzimy do zakładek:

- Kategoria->Producent (TOP5), gdzie uzyskamy informacje o pięciu najważniejszych dla nas producentów w kategorii (Rysunek 8-12).

3	Etykiety wierszy	Udział w rynku	Sprezedał ilość	Sprezedał netto	Marża kwotowa	Marża (%)	Cena det.netto	Mar.kw.j.
4	Leki stosowane w chorobach nosa: (R): XYLOMETAZOLINUM N W-D 0,1%	100,00%	3829	1 909,99 zł	844,55 zł	25,26%	10,55 zł	2,67 zł
5	POLFA WARSZAWA	45,11%	994	1 076,55 zł	126,70 zł	26,13%	7,01 zł	3,83 zł
6	GLAXOSMITHKLINE	28,08%	410	244,17 zł	261,98 zł	24,37%	13,61 zł	3,32 zł
7	MCNEIL	23,22%	300	312,97 zł	183,58 zł	25,47%	14,21 zł	3,62 zł
8	PHARMASWISS	0,37%	84	591,13 zł	104,17 zł	17,62%	7,04 zł	1,24 zł
9	BGP PRODUCTS	0,18%	41	683,18 zł	168,12 zł	24,61%	16,66 zł	4,10 zł
10	Suma kwotowa	100,00%	3829	1 909,99 zł	844,55 zł	25,26%	10,55 zł	2,67 zł

Rysunek 8-12 TOP5 producentów w kategorii

- Kategoria->Producent (TOP5)->Towary, gdzie uzyskamy informacje o produktach, pięciu najistotniejszych dla nas producentów w kategorii (Rysunek 8-13).

Kategoria: Lekki stosowane w chorobach nosa: (R): XYLOMETAZOLINUM N W-D 0,1%											
PRODUCENT	IT	Produkt	Marża(%)	Ilość sprzedana	sprzedaż netto	marża kwotowa	Udział w rynku	Cena det. netto	Koszt DDD/WHO	Marża kw. jedn.	Ilość DDD w op.
GLAXOSMITHKLINE		OTRIVIN 0,1% AEROSZOL 10 ML	24,49%	3160	72 860,68 zł	17 843,94 zł	83,31%	13,90 zł	1,11 zł	3,40 zł	12,50
		OTRIVIN MENTHOL 0,1% AEROSZOL 10 ML	23,35%	744	11 734,56 zł	2 739,59 zł	13,45%	15,85 zł	1,27 zł	3,68 zł	12,50
		XYLOMETAZOLIN VIBROCIL 0,1% KROPLE DO NOSA 10 ML	25,61%	506	2 648,93 zł	678,45 zł	3,04%	5,47 zł	0,44 zł	1,34 zł	12,50
GLAXOSMITHKLINE	Suma		24,37%	6410	87 244,17 zł	21 261,98 zł	36,21%	13,00 zł	1,04 zł	3,32 zł	12,50
POLFA WARSZAWA		XYLOMETAZOLIN WZF 0,1% 0,1% KROPLE DO NOSA 10 ML	25,00%	8185	44 607,40 zł	11 151,30 zł	57,87%	5,61 zł	0,45 zł	1,36 zł	12,50
		XYLOGEL 0,1% 0,1% ŻEL DO NOSA 10 G = 15 ML BUTELKA	27,10%	2231	25 602,62 zł	6 938,25 zł	33,22%	11,22 zł	0,90 zł	3,11 zł	12,50
		XYLOGEL 0,1% 0,1% ŻEL DO NOSA 10 G FLAKON DOZOWNIK	29,65%	563	6 702,00 zł	1 987,35 zł	8,70%	11,77 zł	0,94 zł	3,53 zł	12,50
		XYLOGEL 0,1% 0,1% ŻEL DO NOSA 10 G TUBA	29,90%	15	166,53 zł	49,80 zł	0,22%	10,81 zł	0,87 zł	3,32 zł	12,50
POLFA WARSZAWA	Suma		26,11%	10994	77 078,55 zł	20 126,70 zł	31,99%	8,37 zł	0,67 zł	1,83 zł	12,50
MCNEIL		SUDAFED XYLOSPRAY HA 0,1% AEROSZOL 10 ML	25,40%	4091	70 134,70 zł	17 812,14 zł	93,12%	14,08 zł	1,13 zł	3,64 zł	12,50
		SUDAFED XYLOSPRAY 0,1% AEROSZOL 10 ML	26,48%	409	5 178,27 zł	1 374,44 zł	6,88%	12,57 zł	1,03 zł	3,25 zł	12,50
MCNEIL	Suma		25,47%	5100	75 312,97 zł	19 186,58 zł	31,26%	13,57 zł	1,09 zł	3,62 zł	12,50
BGP PRODUCTS		DISNEMAR XYLO 0,1% = 0,09 MG W DAWCE AEROSZOL 10 ML	24,61%	41	683,18 zł	168,12 zł	100,00%	16,21 zł	1,30 zł	4,10 zł	12,50
BGP PRODUCTS	Suma		24,61%	41	683,18 zł	168,12 zł	0,28%	16,21 zł	1,30 zł	4,10 zł	12,50
PHARMASWISS		XYLOMETAZOLIN VP 0,1% KROPLE DO NOSA 10 ML	17,62%	84	591,13 zł	104,17 zł	100,00%	6,84 zł	0,55 zł	1,24 zł	12,50
PHARMASWISS	Suma		17,62%	84	591,13 zł	104,17 zł	0,28%	6,84 zł	0,55 zł	1,24 zł	12,50
Suma końcowa			25,26%	22829	240 909,99 zł	60 844,55 zł	100,00%	11,55 zł	0,92 zł	2,67 zł	12,50

Rysunek 8-13 Kategoria->Producent(Top5)->Produkty

8.4.1 Rodzaje decyzji asortymentowych

Celem decyzji asortymentowych jest albo zmiana szerokości, albo zmiana głębokości asortymentu. Jakimi decyzjami możemy te cele zrealizować? W praktyce, możemy zrobić, tak naprawdę, tylko dwie rzeczy:

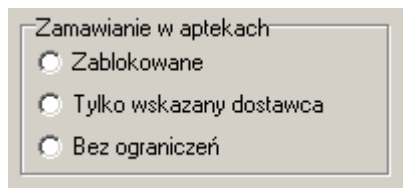
1. Podjąć działania nakierowane na wyjście z jakiegoś asortymentu (na przykład danego producenta). W tym zakresie mamy następujące możliwości:
 - Wstrzymać się od zamawiania produktów, z których sprzedaży chcemy się wycofać. Możemy to osiągnąć, wydając przynajmniej negatywne rekomendacje zamówieniowe aptekom, do blokady zamawiania włącznie.
 - Poinformować personel aptek, o ostatecznej wyprzedaży końcowych ilości wycofywanego asortymentu, poprzez uruchomienie negatywnej promocji (np. UWAGA! Wyprzedaż).
 - Przekierować popyt z produktów wycofywanych na produkty wspierane, poprzez uruchomienie mechanizmu sugestii sprzedażowych i/lub systemu premiowego.
2. Podjąć działania nakierowane na wprowadzenie nowego asortymentu do obrotu (na przykład podjęcie współpracy z nowym producentem). Najlepszym rozwiązaniem w tym zakresie wydaje się być złożenie przynajmniej jednego zamówienia centralnego, któremu towarzyszyć winien system premiujący sprzedaż nowego asortymentu, w ewentualnym połączeniu z sugestiami sprzedażowymi.

8.4.2 Uruchomienie negatywnej rekomendacji magazynowej

Rekomendacje magazynowe zrealizujemy poprzez funkcję „Zamówienia pakietowe”. Mianowicie, wystarczy, że wykonamy następujące czynności:

- Wskażemy listę produktów w **CBT**, dla których chcemy wydać rekomendację. Możemy to zrobić ręcznie, ustawiając się na produkcie i wciskając **Ctrl+t**, lub skorzystać z możliwości oznaczania wyfiltrowanej grupy towarów. Przykładowo, chcemy wydać rekomendację dla wszystkich produktów danego producenta. W takiej sytuacji skorzystamy z filtra „Producent wszystko” i oznaczymy towar wciskając **Ctrl+o**. Zawsze na koniec sprawdzamy, czy oznaczona lista produktów jest prawidłowa, co czynimy za pomocą filtra „Ujęte”.

- Wygenerujemy pakiet o statusie „Oferta hurtowni”, obejmujący wszystkie te produkty (należy zaznaczyć parametr „Dopisz do zamówienia leki z zerową sprzedażą”. Należy wskazać dowolną hurtownię, a najlepiej dopisać do bazy dostawców, kontrahenta o nazwie „Rekomendacje”, którego będziemy tu wykorzystywać. W polu **Opis** wpisujemy komunikat, jaki ma się pojawić w aptece, podczas zamawiania.
- Wydamy ogólną rekomendację dla wszystkich produktów z pakietu (Rysunek 8-14)



Rysunek 8-14 Rekomendacja magazynowa ogólna

Centrala może wydać 2 rodzaje rekomendacji/blokad:

- Zablokowana możliwość zamawiania towaru w aptece (Zablokowane),
- Tylko informacja. Personel apteki, technicznie, może zamawiać bez ograniczeń (Bez ograniczeń).

Jakie są efekty rekomendacji na poziomie aptek? Po pierwsze, w aptecznym module zamówień pojawia się stosowny komunikat słowno graficzny (Rysunek 8-15).

N		APERS ROLL-ON 50 ML	
N	Wychodzimy z producenta XXX! Nie zamawiac!	APETIBLOCK O SMAKU MIĘTOWYM X 50 TABL.	
N	Wychodzimy z producenta XXX! Nie zamawiac!	APETIBLOCK O SMAKU POMARAŃCZOWO-LIMONKOWYM X 50 TABL.	
N		APETIBLOCK O SMAKU WIŚNIOWYM X 50 TABL.	
N	Wychodzimy z producenta XXX! Nie zamawiac!	APETIBLOCK X 50 TABL.	
N	Wychodzimy z producenta XXX! Nie zamawiac!	APETIZER KROPLE 10 ML	
N	Wychodzimy z producenta XXX! Nie zamawiac!	APETIZER DLA DZIECI 100 ML	
N	Wychodzimy z producenta XXX! Nie zamawiac!	APETIZER DLA DZIECI MALINOWO-PORZECZKOWY 100 ML	
N	Wychodzimy z producenta XXX! Nie zamawiac!	APETIZER SENIOR SYROP 100 ML	
N		APETYT STOP MAX X 90 TABL.	

Rysunek 8-15 Rekomendacja związana z pakietem

Po drugie, dla „czerwonej” rekomendacji – nie będzie możliwe wybranie jakiegokolwiek dostawcy, tym samym produkt nie zostanie zamówiony. Próba ręcznego wskazania dostawcy (F6), skończy się stosownym komunikatem (Rysunek 8-16).



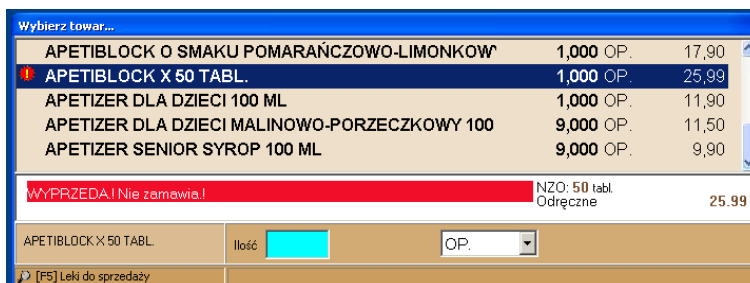
Rysunek 8-16 Efekt „czerwonej” rekomendacji

Rekomendacja jest aktywna w okresie określonym w polach **Realizacja od** i **Realizacja do**.

8.4.3 Uruchomienie promocji negatywnej

W pierwszej kolejności definiujemy promocję rodzaju koszykowa, z jednym dowolnym produktem i z długim okresem obowiązywania. Jak to zrobić, opis w rozdziale „Zarządzanie promocjami”. Zdefiniowaną promocję wskazujemy w polu **Powiązana promocja**, w definicji negatywnej rekomendacji magazynowej (opis wyżej). Następnie, po wygenerowanie pakietu, uruchamiamy funkcję **Operacje→Generuj promocję** (dla wszystkich produktów i z odpowiednim komunikatem promocyjnym).

Jaki będzie efekt w aptece? Produkty objęte wycofaniem, zostaną oznaczone, a w oknie marketingowym pojawi się pożądaný komunikat (Rysunek 8-17).



Wybierz towar...		
APETIBLOCK O SMAKU POMARAŃCZOWO-LIMONKOW	1,000 OP.	17,90
APETIBLOCK X 50 TABL.	1,000 OP.	25,99
APETIZER DLA DZIECI 100 ML	1,000 OP.	11,90
APETIZER DLA DZIECI MALINOWO-PORZECZKOWY 100	9,000 OP.	11,50
APETIZER SENIOR SYROP 100 ML	9,000 OP.	9,90
WYPRZEDA! Nie zamawia!		NZO: 50 tabl. Odręcznie 25.99
APETIBLOCK X 50 TABL.	Ilość <input type="text"/>	OP. <input type="text"/>
[F5] Lekii do sprzedaży		

Rysunek 8-17 Promocje negatywna

9 Zarządzanie cenami

9.1.1 Wprowadzenie

Cena detaliczna należy do kluczowych parametrów decyzyjnych, bezpośrednio wpływających na poziom realizowanej marży. Cena pełni również inne ważne funkcje, dlatego też objęta jest ścisłym nadzorem przez centrale sieci aptek. Nadzór jednak nie oznacza, że centrala ustala ceny detaliczne na wszystkie produkty. Zwykle jest tak, że część decyzji cenowych jest podejmowanych na poziomie aptek, część na poziomie centrali. W szczególności mamy do czynienia z następującymi sytuacjami:

1. Ceny detaliczne ustala centrala.
2. Centrala ustala marże, jakie mają być naliczone podczas przyjmowania dostaw (i inne warunki brzegowe).
3. Ceny lub marże są ustalane autonomicznie przez personel apteki, który kieruje się jedynie ogólnymi wskazówkami, przekazanymi przez centralę.
4. Ceny są urzędowe, nie podlegające żadnym decyzjom.

Infofarm dla sieci aptek posiada wszystkie niezbędne funkcjonalności do realizacji zadań w tym zakresie.

9.1.2 Sposoby ustalania cen detalicznych

Infofarm dla sieci aptek, jest tak skonstruowany by umożliwić realizowanie mieszanej polityki cenowej (część decyzji centrala, część na poziomie apteki), oraz by przejście z jednego modelu na drugi, dla wybranych produktów, mogło być realizowane w sposób płynny. Jest tak, dlatego, że w systemie mamy kilka mechanizmów cenowych z narzuconą hierarchią działania. Patrząc od strony centrali mamy następujące rodzaje cen:

9.1.2.1 Cena urzędowa

Cena urzędowa, w świetle aktualnie obowiązujących przepisów, jest ceną sztywną i została wyłączona z procesu decyzyjnego. Więcej, program dba o to, by obrót produktów, objętych urzędową regulacją cen, był realizowany, właśnie po tych cenach. Cena urzędowa jest umocowana najwyżej w hierarchii cen.

9.1.2.2 Cena centralna

Centralna cena może mieć dwojaki charakter. Może to być cena, po której jest realizowana sprzedaż – centralna cena **automatyczna**. W takim przypadku cena centralna jest nadrzędna i inne ustawienia w aptece, na przykład cena w dostawie, nie mają znaczenia. Z kolei, jeśli centralna cena automatyczna wygasa (na przykład mija termin obowiązywania ceny promocyjnej), uaktywnia się cena kolejna w hierarchii, na przykład cena ustalona w dostawie. Drugi wariant ceny centralnej, to cena centralna **podpowiadana**. Cena „podpowiadana” jest sugerowana osobie przyjmującej dostawę w aptece, ale program pozwala ją zmienić. Cenę centralną ustalamy poprzez CBT → Zakładka **Centralne Ceny** (Rysunek 9-1).

Rysunek 9-1 Cena centralna

Decyzja cenowa, obejmuje następujący zestaw parametrów:

- Jaka cena (pole **Cena**) – zwykle będzie to cena detaliczna, jednak decyzja cenowa, centralna, może również dotyczyć cen dla wybranych grup klientów. Więcej na ten temat w podrozdziale „Rodzaje cen”.
- Okres obowiązywania ceny (pola **Obowiązuje od** i **Obowiązuje do**),
- Wysokość ceny (pole **Cena brutto**),
- W których aptekach ma mieć zastosowanie (pole **Dotyczy aptek**). Domyślnie, centralna cena ma zastosowanie we wszystkich aptekach. Mamy jednak możliwość zawężenia listy aptek, do określonej grupy. Więcej w podrozdziale „Grupy aptek”.
- Charakter ceny centralnej – pole **Typ**, do wyboru **Automatyczna** lub **Podpowiadana**.

Możemy również limitować rabat, jaki może być udzielony w aptece. W szczególności możemy wyłączyć produkt z rabatowania, wpisując 0 w pole **Maksymalny rabat**. Istotne znaczenie z punktu widzenia aktywowania się ceny centralnej w aptekach, ma okres obowiązywania ceny. Informacja o centralnej cenie zostanie zsynchronizowana do aptek, w trakcie pierwszej, po ustawieniu ceny, synchronizacji baz danych. Ale centralna cena zacznie „działać” dopiero od daty wskazanej w polu **Obowiązuje od**.

Centralna cena będzie widoczna w aptekach, z poziomu funkcji przyjmowania dostaw. Widoczna jest wysokość ceny i jej typ (Rysunek 9-2).

Rysunek 9-2 Cena centralna w dostawach

Uwaga! Cena centralna automatyczna z uwagi na swój charakter, odnosi się do całego stanu magazynowego, również starych dostaw!

9.1.2.3 Marża centralna

Podstawowy sposób ustalania cen sprzedaży w aptekach polega na tym, że decyzje cenowe są podejmowane w trakcie przyjmowania dostaw. Wysokość ceny detalicznej jest pochodną ceny zakupu i marży. Marża może być ustalana arbitralnie, może to być marża z poprzedniej dostawy. Jedną z dostępnych form, jest marża ustalona centralnie. Idea polega na tym, że

centrala ustala marżę dla produktu, która w okresie obowiązywania takiej decyzji, jest podpowiadana w dostawach i na jej podstawie jest wyliczana cena detaliczna.

Centralne marże, podobnie, jak centralne ceny, ustawiamy poprzez zakładkę **Centralne ceny w CBT** (Rysunek 9-3).

Rysunek 9-3 Centralna marża

Różnice są dwie. Zamiast pola **Cena brutto**, wypełniamy pole **Marża**. Pole **Typ** nie ma znaczenia, ale najlepiej ustawić je na **Podpowiadana**. Niezależnie od ustawienia tego parametru, cena w dostawie, obliczona na bazie centralnej marży, może zostać zmieniona przez osobę przyjmującą dostawę w aptece. Natomiast jeśli chcemy, by ceny kalkulowane w oparciu o marżę centralną nie podlegały edycji w aptece, musimy dla danej grupy cenowej, cenę detaliczną wyłączyć z edycji w dostawach. Operację tę wykonamy poprzez **System→Parametry programu→Sprzedaż→Grupy cenowe**. Ustawiamy się na grupie **Marża umowna**, następnie przechodzimy do zakładki **Zawartość** i w wierszu dla ceny detalicznej, odznaczamy ustawienie **Widoczny w: Dostawach** (Rysunek 9-4).

Rysunek 9-4 Blokowanie edycji marży centralnej

Takie ustawienie może być zasadne, jeśli równocześnie zdefiniujemy sposób zaokrąglania cen. Więcej informacji w podrozdziałach „Grupy cenowe” i „Zaokrąglanie cen detalicznych”.

Centralna marża będzie widoczna w aptekach, z poziomu funkcji przyjmowania dostaw (Rysunek 9-5).

Rysunek 9-5 Centralna marża w dostawach

9.1.2.4 Lokalna marża lub cena

Dla towarów, dla których mechanizm centralnych cen/marż nie jest stosowany, ceny detaliczne ustalane są lokalnie, w aptece. Na ogólnych zasadach, w sposób opisany w Podręczniku użytkownika programu Infarm dla apteki.

9.1.2.5 Centralizacja i decentralizacja procesu decyzyjnego

Zastosowane rozwiązanie umożliwia płynne przechodzenie ze zdecentralizowanej polityki cenowej na scentralizowaną i odwrotnie, dla każdego z produktów osobno. Rozwiązanie jest bardzo proste. Dany towar jest objęty centralną polityką cenową, a to oznacza, że została dla niego wydana decyzja o centralnej cenie lub marży i jest to decyzja aktywna i obowiązująca. Albo centralna decyzja nie jest aktywna, lub już nie obowiązuje, lub nigdy nie została podjęta i w takim przypadku obowiązuje cena lokalna, ustalona na poziomie apteki.

9.1.3 Monitorowanie cen i marż w aptekach

Wygodny dostęp do informacji o cenach w poszczególnych aptekach, mamy w **CBT** → Zakładka **Lokalne kartoteki towarów** (Rysunek 9-6).

Apteka	Towar	Centralna/ Nazwa apteki	Cena del Br	Cena del Ni	Cena zali Ni	Marża jedn Ni	Marża %	Stan	Sposób liczenia Cł
	1001 NIUFEN ZAWIES. FORTE 200 MG/5 ML 50 ML 8a	N	17,99	16,66	11,93	4,73	26,40	S	21,00 S, T
	1005 NIUFEN DLA DZIECI FORTE 0,2 G/5 ML 50 ML 08P	N	17,99	16,66	11,93	4,73	26,40	S	
	1009 NIUFEN DLA DZIECI FORTE 4x 0,2 G/5 ML ZAWIESINA 50 ML	N	17,99	16,66	11,96	4,70	26,19	T	1,00 T
	1002 NIUFEN FORTE ZAW. 4x 50 ML BE	N	17,22	15,95	11,85	4,10	23,69	T	13,00 S, T
	1007 NIUFEN FORTE 200G ZAWIESINA TRUSKAWKA 50 ML GG	N	17,99	16,66	11,91	4,75	26,52	T	8,00 S, T
	1009 NIUFEN FORTE 4x ZAWIESINA 50 ML 08P 8a	N	17,99	16,66	11,89	5,07	28,42	T	
	1043 NIUFEN FORTE SM. TRUSK. ZAWIESINA 50 ML BE*	N	15,99	14,81	11,58	3,23	21,79	T	21,00 C, T
	1003 NIUFEN ZAWIESINA FORTE 0,2 G/5 ML 50 ML 8a	P	17,99	16,66	11,85	4,81	26,96	T	10,00 S, T
	1005 NIUFEN FORTE 4x 50 ML	N	17,99	16,66	12,44	4,22	25,34	T	3,00 S, T
	1002 NIUFEN FORTE ZAWIESINA 50 ML TTC OFFP	P	14,99	13,00	11,93	1,96	14,00	T	10,00 S, T
	1001 NIUFEN FORTE ZAW. 50 ML TRUSK. TTC3 PP F* BE X0	N	17,99	16,66	11,59	5,07	30,42	T	25,00 T
	1022 NIUFEN DZIECI FORTE 200MG/5ML 50 ML	N	17,99	16,66	11,93	4,73	26,40	T	11,00 S
	1021 NIUFEN FORTE ZAWIESINA 50 ML	N	17,99	16,66	11,75	4,90	27,44	T	4,00 S, T
	1020 NIUFEN ZAWIES. FORTE 200 MG/5 ML 50 ML 8a*	N	17,99	16,66	11,83	4,83	26,98	T	7,00 S, T
	1025 NIUFEN FORTE 4x ZAWIESINA 50 ML BE	N	17,99	16,66	11,58	5,08	30,40	T	2,00 T
	1026 NIUFEN FORTE ZAWIESINA 50 ML	N	17,99	16,66	13,24	3,42	20,95	T	5,00 S
	1027 NIUFEN FORTE 4x ZAWIESINA 50 ML ST 10PPI	N	17,99	16,66	11,89	5,07	30,43	T	
	1028 NIUFEN FORTE ZAWIESINA 50 ML ST* TTC	N	15,99	14,81	11,58	3,23	21,79	T	5,00 T
	1029 NIUFEN FORTE ZAWIESINA 50 ML	N	17,99	16,66	11,93	4,73	26,40	T	12,00 S, T
	1030 NIUFEN FORTE TRUSKAWKOWY 50 ML	N	15,99	14,81	11,93	2,88	19,45	T	9,00 S

Rysunek 9-6 Ceny detaliczne w aptekach

Na komentarz zasługuje kolumna „Sposób liczenia ceny detalicznej”. Mamy tutaj informację, na temat tego, w jaki sposób cena detaliczna jest ustalona w aptece. W formie skrótu literowego. Ich znaczenie jest następujące:

E – centralna cena automatyczna

W pozostałych przypadkach informacja dotyczy ustawień lokalnych:

S - wpisana przy przyjmowaniu dostawy,

T - poprawiona w zakładce dostawy w towarach,

C - cena umowna z zakładki ceny,

U - cena urzędowa z zakładki ceny,

M, O - obliczone wg marży O = marża w 100,

D - obliczone wg marży degresywnej,

P - jeżeli sposób liczenia jest inny niż cena urzędowa lub cena umowna, ale w zakładce ceny wpisano cenę i datę obowiązywania od do (promocja) to wtedy brana jest ta cena niezależnie od innych ustawień.

Przydatne filtry, dostępne i w centrali, i w aptece:

CBT → **Centralne ceny – aktualne**

Towary → **Centralne ceny – aktualne**

9.1.4 Zaokrąglanie cen

Omawiamy tutaj mechanizm, który pozwala zautomatyzować proces nadawania cen detalicznych w dostawach, w aptekach, w oparciu o cenę zakupu i marżę, w taki sposób, by w określonych przedziałach cenowych uzyskać odpowiednią „końcówkę” ceny. Przykładowo chcemy, by każda cena detaliczna, która po skalkulowaniu według formuły cena zakupu+marża osiągnie wartość z przedziału od 1,21,-zł do 1,99,-zł została „zaokrąglona” do 1,99.

Funkcjonalność dostępna jest z poziomu opcji **System→Parametry programu→Sprzedaż→Sposoby zaokrągleń cen** (Rysunek 9-7, 9-8).

Id	Sposób zaokrąglenia
1	Metoda dla produktów z marżą cnetralną

Rysunek 9-7 Mechanizm „zaokrąglania” cen – nazwa formuły

Cena od	0,01	Cena do	9,99	Końcówka od	0,01	Końcówka do	0,99
Ilość cyfr do zaokrąglenia	2	wynik zaokrąglenia	0,99	Obowiązuje od	01.07.2016	Obowiązuje do	31.07.2016

Rysunek 9-8 „Zaokrąglanie” cen – zawartość formuły

W pierwszej kolejności określamy identyfikator (**Id**) i nazwę sposobu zaokrąglania (**Sposób zaokrąglania**). Następnie przechodzimy do zakładki **Zawartość**, w celu zdefiniowania mechanizmu zaokrąglania, w poszczególnych przedziałach cenowych. Ważne jest, by definicja objęła cały przedział możliwych cen. Jeśli tak nie będzie, ceny, których wartości nie „wstrzela” się w zdefiniowane przedziały cenowe, nie będą po prostu zaokrąglane. Dla każdego przedziału cenowego określamy kolejno:

- Zakres cen – pola **Cena od** i **Cena do**. Dotyczy oczywiście ceny detalicznej brutto.
- Część ceny licząc od groszy, objętej przekształceniem – pola **Końcówka od**, **Końcówka do**.
- **Ilość cyfr do zaokrąglenia**. Ilość cyfr musi pokrywać się z „końcówką”.
- Wynik przekształcenia – pole **Wynik zaokrąglenia**. To pole też powinno pokrywać się z końcówką.

Założmy, że chcemy zdefiniować następujący mechanizm:

Przedział cenowy	Końcówka	Przykład
0 - 2,99	2,99	0,63→2,99
3 – 5,99	0,79	4,87→4,79
6 - 9,99	9,69	7,76→9,69
10-1000000000	0,99	14,64→14,99

By osiągnąć powyższe rezultaty definicja powinna przedstawiać się, jak na rysunku 9-9.

Cena od	Cena do	Końcówka od	Końcówka do	Obowiązuje od	Obowiązuje do	Ilość cyfr	Zaokrąglij do
0	2,99	0,01	2,99	2017-02-22	2018-02-22	3	2,99
3	5,99	0,01	0,99	2017-02-22	2018-02-22	2	0,79
6	9,99	6	9,99	2017-02-22	2018-02-22	3	9,69
10	100000	0,01	0,99	2017-02-22	2018-02-22	2	0,99

Cena od	Cena do	Końcówka od	Końcówka do
3	5,99	0,01	0,99
Ilość cyfr do zaokrąglenia	wynik zaokrąglenia	Obowiązuje od	Obowiązuje do
2	0,79	2017-02-22	2018-02-22

Rysunek 9-9 Przekładowa definicja dla zaokrągleń

Gdy już mamy zdefiniowaną tabelkę z mechanizmem zaokrąglania cen, musimy ją przypisać do ceny detalicznej dla odpowiedniej grupy cenowej. Zwykle będzie to grupa cenowa „**Marża umowna**”. Czynność tę wykonamy poprzez **System**→**Parametry**→**Sprzedaż**→**Grupy cenowe**. Wskazujemy grupę **Marża umowna**. Następnie, w zakładce **Zawartość** podświetlamy wiersz dotyczący ceny detalicznej i wypełniamy pole **Sposób zaokrąglania** (Rysunek 9-10).

Dane podstawowe		Zawartość	
Cena	Sp liczenia	Liczona od	Sp zaokrąglania
Zakupu z upustem	N		
Zakupu bez upustu	N		
Detaliczna	M	Zakupu bez upustu	Metoda dla marż centralnych
Cena WWW	O	Detaliczna	
Cena dla DPS	C		
Zakup + stała marża	M	Zakupu z upustem	

Cena	Liczona od
Detaliczna	Zakupu bez upustu
Sposób liczenia	
<input type="radio"/> Nie liczona	<input type="radio"/> Marża umowna
<input type="radio"/> Cena umowna	<input type="radio"/> Cena urzędowa
<input checked="" type="radio"/> Marża w 100	<input type="radio"/> Marża degresywna
Widoczna w	
<input checked="" type="checkbox"/> Dostawach	
<input checked="" type="checkbox"/> Towarach	
<input checked="" type="checkbox"/> Sprzedaży	
Sposób zaokrąglania : Metoda dla marż centralnych	
Dopuszczalne odchylenie od poprzedniej wartości	
w dół	w górę
<input type="text"/> %	<input type="text"/> %
Podpowiadana marża	Marża degresywna wg tabeli
<input type="text"/> 25	<input type="text"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Uwzględnić upust dostawcy	

Rysunek 9-10 Sposób zaokrąglania w grupie cenowej

Ustawienia pojawią się w aptekach, po wykonaniu najbliższej synchronizacji baz danych.

10 Zarządzanie promocjami

Rodzaj promocji, to kompilacja kilku zestawów parametrów. To daje w efekcie wiele „mutacji” promocji, których omówienie każdej z osobna nie jest zasadne. Dlatego też, nietypowo, temat promocji został opracowany na bazie przykładów.

10.1 Rodzaje promocji i przykłady

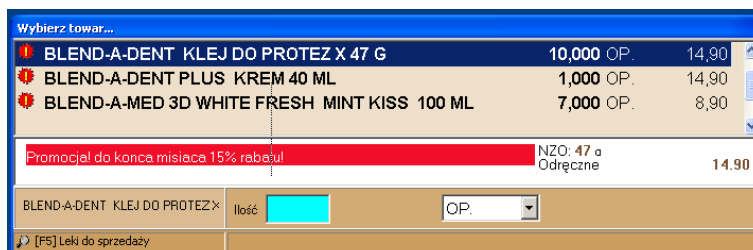
10.1.1 Rabat bezwarunkowy

Opis: W okresie promocji na produkty z określonej grupy, udzielany jest rabat w określonej wysokości, każdemu klientowi, bez jakichkolwiek dodatkowych wymagań.

Przykład: 15 % rabatu na pasty do zębów firmy X, w okresie do końca miesiąca.

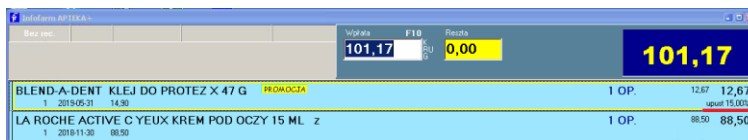
Efekt:

- Pasty do zębów zostaną wyróżnione znakiem wykrzyknika i opisem w oknie marketingowym (Rysunek 10-1).



Rysunek 10-1 Komunikat o promocji rabatowej

- Rabat w wysokości 15% zostanie naliczony wszystkim klientom, ale tylko dla past do zębów (Rysunek 10-2).



Rysunek 10-2 Naliczenie rabatu

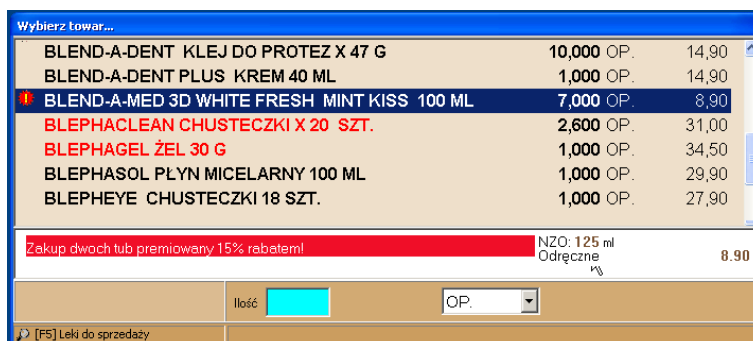
10.1.2 Rabat z limitem ilości

Opis: W okresie promocji, na produkty z określonej grupy, udzielany jest rabat w określonej wysokości, każdemu klientowi, jeśli zakupiona ilość będzie większa lub równa zadanej.

Przykład: 15 % rabatu przy zakupie dwóch lub więcej tub pasy do zębów, w okresie do końca miesiąca.

Efekt:

- Pasty do zębów zostaną wyróżnione znakiem wykrzyknika i opisem w oknie marketingowym (Rysunek 10-3).



Rysunek 10-3 Komunikat o promocji z limitem ilości

- Rabat w wysokości 15% zostanie naliczony wszystkim klientom, ale tylko dla past do zębów i tylko w sytuacji, gdy ilość jest większa lub równa dwa. Nie ma znaczenia czy produkt zostanie ujęty w jednym, czy dwóch wierszach. Naliczenie rabatu nastąpi przy podsumowaniu transakcji. Na rysunku 9-4 jedna sztuka – bez rabatu. Na rysunku 9-5 dwie sztuki z rabatem 15%.

Wpłała	F10	Reszta	
10,90	0,00	0,00	10,90
LACALUT ACTIV PASTA DO ZĘBÓW 75 ML 1 OP. 10,90 10,90			

Rysunek 10-4 Promocja rabatowa z limitem – warunek nie spełniony

Wpłała	F10	Reszta	
18,54	0,00	0,00	18,54
LACALUT ACTIV PASTA DO ZĘBÓW 75 ML PROMOCJA 1 OP. 9,27 9,27			
LACALUT ACTIV PASTA DO ZĘBÓW 75 ML PROMOCJA 1 OP. 9,27 9,27			

Rysunek 10-5 Promocja rabatowa z limitem ilości – warunek spełniony

10.1.3 Rabat z limitem wartości koszyka

Opis: W okresie promocji, zakupy przekraczające określoną wartość, są premiowane rabatem.

Przy czym pojęcie „Wartość” należy rozumieć szeroko. Może to być:

- Faktyczna wartość (paragonu),
- Odpłatność (utarg),
- Odpłatność (utarg) za leki pełnopłatne wyłącznie,
- Jedna z powyższych wartości, ale odnosząca się do wskazanej grupy towarów, na przykład produktów wybranego producenta.

Kombinacji jest tutaj wiele, siłą rzeczy zaprezentujemy jeden przykład.

Przykład: Jednorazowy zakup produktów Biodermu w wartości większej niż 50 zł jest premiowany rabatem w wysokości 3%.

Efekt:

- Jeżeli zakup produktów Biodermu przekroczy wartość 50 zł, przy podsumowywaniu klienta, zostanie naliczony rabat w wysokości 3%, ale tylko dla produktów Biodermu (Rysunek 10-6).

Wpłała	F10	Reszta	
185,81	0,00	0,00	185,81
GARDIMAX SPRAY MEDICA 30 ML ST(16,99) 5 OP. 84,95 84,95			
BI ATODERM HUILE OLEJEK DO KĄPIELI 1000ml PROMOCJA 1 OP. 70,80 70,80			
BI ATODERM MAIN-KREM DO RĄK 50 ML PROMOCJA 1 OP. 30,06 30,06			

Rysunek 10-6 Promocja z limitem wartości – naliczony rabat

Dla promocji z limitem wartości nie są wyświetlane komunikaty o promocji, przy przeglądaniu towarów, ponieważ listy produktów objęte promocją albo są bardzo długie, albo w ogóle wszystkie dostępne.

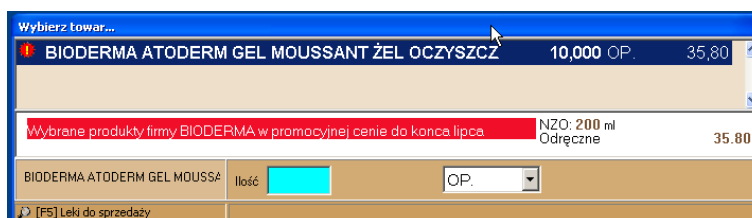
10.1.4 Cena promocyjna bezwarunkowa

Opis: W okresie promocji na określone produkty, obowiązują niższe, promocyjne ceny. Cena zostanie zastosowana do wszystkich transakcji w okresie promocyjnym.

Przykład: Gorące ceny na wybrane produkty firmy Bioderma do końca miesiąca.

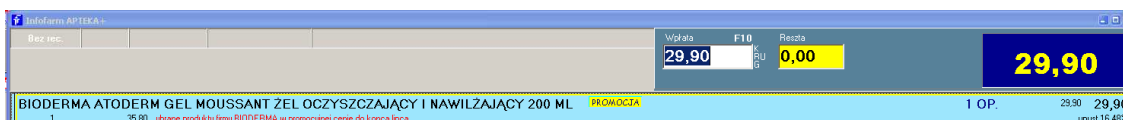
Efekt:

- Produkty objęte promocją zostaną wyróżnione znakiem wykrzyknika i opisem w oknie marketingowym (Rysunek 10 - 7).



Rysunek 10-7 Cena promocyjna – informacja przy produkcji

- Promocyjna cena zostanie zastosowana wszystkim klientom, w momencie podliczania transakcji (Rysunek 10 - 8).



Rysunek 10-8 Zastosowanie ceny promocyjnej

Uzyskamy również informację o ile cena promocyjna jest niższa od ceny normalnej.

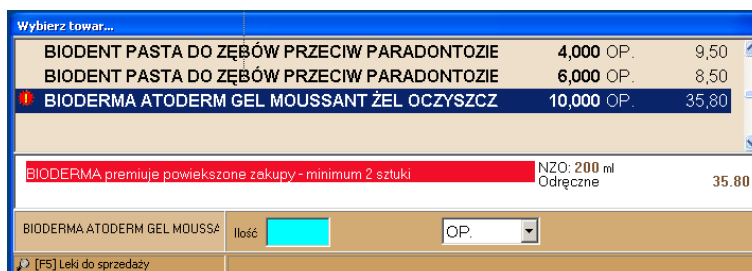
10.1.5 Cena promocyjna z ilością minimalną

Opis: W okresie promocji, na określone produkty, przy zakupie określonej ilości produktu, obowiązują niższe, promocyjne ceny. Cena zostanie zastosowana do wszystkich transakcji w okresie promocyjnym, które spełniają warunek ilości minimalnej.

Przykład: Bioderma premiuje powiększone zakupy do końca miesiąca.

Efekt:

- Produkty objęte promocją zostaną wyróżnione znakiem wykrzyknika i opisem w oknie marketingowym (Rysunek 10-9).



Rysunek 10-9 Promocyjne ceny z limitem ilości

- Promocyjna cena zostanie zastosowana wszystkim klientom, w momencie podliczania transakcji, gdy ilość sprzedana, będzie równa lub wyższa od limitu (Rysunek 10-10 – za 1 sztukę zwykła cena i Rysunek 10-11 – za 2 sztuki cena promocyjna).

Wpłać	F10	Reszta	35,80	0,00	35,80
BIODERMA ATODERM GEL MOUSSANT ZEL OCZYSZCZAJĄCY I NAWILŻAJĄCY 200 ML 1 OP. 35,80					

Rysunek 10-10 Promocyjne ceny – limit nie osiągnięty

Wpłać	F10	Reszta	59,80	0,00	59,80
BIODERMA ATODERM GEL MOUSSANT ZEL OCZYSZCZAJĄCY I NAWILŻAJĄCY 200 ML 1 OP. 29,90					
BIODERMA ATODERM GEL MOUSSANT ZEL OCZYSZCZAJĄCY I NAWILŻAJĄCY 200 ML 1 OP. 29,90					

Rysunek 10-11 Promocyjne ceny – limit osiągnięty

Uzyskamy również informację o ile cena promocyjna jest niższa od ceny normalnej.

10.1.6 Bonus premiujący wartość koszyka

Opis: To odmiana promocji „Rabat premiujący wartość koszyka”. Różni się efektem. Mianowicie, przy zakupach przekraczających określoną wartość (rozumianą w sposób opisany wyżej), kupujący otrzymuje bonus rzeczowy. Bonusem rzeczowym może być coś specjalnego (na przykład próbka kosmetyku), lub po prostu, produkt z oferty apteki. W drugim przypadku produkt może być dostępny bezpłatnie lub w specjalnej cenie. Ale, z kolei, gdy nie jest bezpłatny, w oczywisty sposób, jego przyznanie musi być poprzedzone zgodą klienta (więcej na ten temat niżej – „akcja promocyjna wymaga zgody klienta, czy nie?”

Przykład: Zakup produktów marki VICHY o wartości przekraczającej jednorazowo 100 zł – próbka gratis.

Efekt:

- Bonus w postaci próbki zostanie przyznany każdemu klientowi, jeśli kupił produkty marki Vichy o wartości przekraczającej 100 zł. Gdy wartość produktów marki Vichy jest niższa, niż 100 zł, nawet gdy wartość całego zakupu przekracza 100 zł, bezpłatna próbka nie zostanie doliczona (Rysunek 10-12). Jeśli wartość produktów marki Vichy przekroczy 100 zł, próbka zostanie dodana do transakcji (Rysunek 10-13).

Wpłać	F10	Reszta	314,00	0,00	314,00
VICHY AQUALIA THERMAL POD OCZY 15 ML 1 OP. 69,00					
CIŚNIENIOMIERZ AUTOMAT.HOME S z 1 OP. 245,00					

Rysunek 10-12 Bonus premiujący wartość transakcji – warunek nie spełniony

Wpłać	F10	Reszta	403,00	0,00	403,00
VICHY AQUALIA THERMAL POD OCZY 15 ML 1 OP. 69,00					
CIŚNIENIOMIERZ AUTOMAT.HOME S z 1 OP. 245,00					
VICHY LIFTACTIV KREM POD OCZY I NA POWIEKI 15 ML 1 OP. 89,00					
LIFTACTIV CXP UV SPF 20 KREM 50 ML - próbka 1 OP. 0,00					

Rysunek 10-13 Bonus premiujący wartość transakcji – warunek spełniony

10.1.7 Promocje typu mix-box

Opis: To klasyczna forma promocji koszykowej, gdzie premiowany jest zakup konkretnego koszyka produktów. Definicja takiego koszyka wskazuje zarówno listę produktów, jak i limity ilościowe na poszczególne produkty. By promocja się uaktywniła, limity na wszystkie produkty z koszyka muszą być osiągnięte. Wyzwolona akcja promocyjna, może polegać na przyznaniu bonusu lub rabatu. Bonusem rzeczowym może być coś specjalnego (na przykład próbka kosmetyku), lub po prostu, produkt z oferty apteki. W drugim przypadku produkt może być dostępny bezpłatnie lub w specjalnej cenie. Ale, z kolei, gdy nie jest bezpłatny, w oczywisty sposób, jego przyznanie musi być poprzedzone zgodą klienta (więcej na ten temat niżej – „akcja promocyjna wymaga zgody klienta, czy nie?”. Promocja może występować w wielu odmianach, tu jeden przykład.

Przykład: Zakup trzech produktów w ilościach minimalnych:

Cebion krople 30 ml – 3 op.

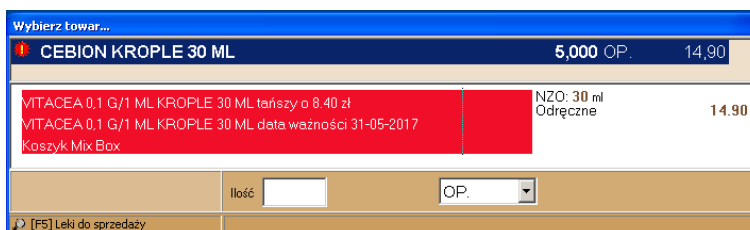
Kidabion x 30 kaps. do żucia o smaku pomarańczowym – 1 op.

Olimp Chela Mag B6 x 30 kaps. – 2 op.

Jest premiowany rabatem w wysokości 5%, wszyscy klienci, okres do końca miesiąca.

Efekt:

- Przy produktach z premiowanego koszyka, pojawi się znak wykrzyknika i komunikat o promocji, w oknie marketingowym (Rysunek 1014).



Rysunek 10-14 Promocja koszykowa - komunikat

- Puki sprzedaż produktów z koszyka nie osiągnie założonych limitów, transakcja zostanie rozliczona bez rabatu (Rysunek 10-15) – Cebion tylko 2 opakowania, a muszą być 3.

Wzrost	F10	Waga	Wzrost	F10	Waga	Wzrost	F10	Waga
78,14		0,00	78,14		0,00	78,14		0,00
CEBION KROPLE 30 ML	2	2017-11-30	14,90	Koszyk Mix Box	2	OP.	29,80	29,80
KIDABION X 30 KAPS DO ŻUCIA O SMAKU POMARAŃCZOWYM	1	2017-02-28	17,90	Koszyk Mix Box	1	OP.	17,90	17,90
OLIMP CHELA-MAG B6 X 30 KAPS	2	2017-02-28	15,22	Koszyk Mix Box	2	OP.	30,44	30,44

Rysunek 10-15 Promocja koszykowa – warunek nie spełniony

- Rabat zostanie naliczony, gdy wszystkie produkty z koszyka osiągną minimalne ilości (Rysunek 10-16).

Wzrost	F10	Waga	Wzrost	F10	Waga	Wzrost	F10	Waga
88,41		0,00	88,41		0,00	88,41		0,00
CEBION KROPLE 30 ML	3	2017-11-30	14,16	Koszyk Mix Box	3	OP.	42,48	42,48
KIDABION X 30 KAPS DO ŻUCIA O SMAKU POMARAŃCZOWYM	1	2017-02-28	17,01	Koszyk Mix Box	1	OP.	17,01	17,01
OLIMP CHELA-MAG B6 X 30 KAPS	2	2017-02-28	14,46	Koszyk Mix Box	2	OP.	28,92	28,92

Rysunek 10-16 Promocja koszykowa – warunek spełniony

10.2 Uruchamianie promocji

Kreator promocji dostępny jest z poziomu opcji **System→Parametry programu→Sprzedaż→Promocje złożone**.

Uruchomienie promocji sprowadza się do zdefiniowania następujących grup parametrów:

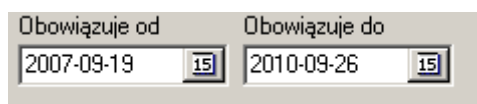
- Okres obowiązywania promocji,
- Warunki wyzwalające akcję promocyjną,
- Rodzaj i wielkość premii,
- Odniesienie czasowe promocji,
- Opcjonalnie grupa klientów, objętych promocją,
- Opcjonalnie – czy wymagana, czy nie zgoda klienta na zastosowanie promocji.

Parametry promocji muszą mieć logiczny sens, więc ich konfiguracja jest zdeterminowana rodzajem promocji. Definicja promocji zostanie zsynchronizowana do aptek i będzie aktywna w okresie obowiązywania promocji.

10.3 Parametry promocji

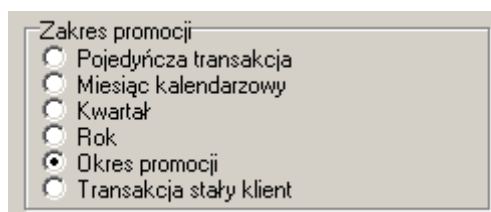
Definiując promocję, musimy określić następujące parametry:

10.3.1 Okres czasu, kiedy promocja jest aktywna.



Rysunek 10-17 Okres obowiązywania promocji

10.3.2 W jakim okresie czasu ma być obliczany warunek promocji



Rysunek 10-18 Okres w jakim ma być spełniony warunek promocji

Zakres promocji:

Pojedyncza transakcja – program sprawdzi warunek promocji w ramach aktualnie rozliczanej transakcji (pojedynczy paragon).

Miesiąc kalendarzowy – program sprawdzi, czy warunek promocji został spełniony we wszystkich transakcjach dla aktualnie rozliczanego klienta, jakie miały miejsce od początku miesiąca, wliczając w to bieżącą transakcję (np. czy wartość zakupów klienta od początku miesiąca jest wyższa, niż 150 złotych). Taka promocja wymaga identyfikacji klienta w sprzedaży).

Kwartał, Rok, Okres promocji – analogicznie, jak miesiąc kalendarzowy.

Transakcja stały klient – warunek będzie sprawdzany dla bieżącej, pojedynczej transakcji, ale tylko przy sprzedaży spersonalizowanej (po wskazaniu klienta).

10.3.3 Na jakiej wielkości ekonomicznej opiera się warunek promocji

Rysunek 10-19 Wartość wyzwalająca promocję

Koszyk towarów – wskazana lista produktów z limitami ilościowymi. Wyzwolenie promocji następuje po osiągnięciu wszystkich limitów. Sam koszyk definiujemy w zakładce **Zawartość koszyka**, o czym dalej. Do pozostałych ustawień jedno zastrzeżenie. Z uwagi na ograniczenia prawne, narzucone ustawą Prawo farmaceutyczne, promocje oparte na lekach refundowanych są wyłączone.

Jako warunek dodatkowy, możemy wskazać listę produktów (klasyfikację), dla których będzie obliczana wielkość ekonomiczna wyzwalająca promocję (lista może mieć również charakter listy negatywnej – nie bierz tych produktów pod uwagę w obliczeniach). Dla **Ilość transakcji** nie ma to znaczenia, dla **Ilość recept** może mieć znaczenie (Rysunek 10-20).

Rysunek 10-20 Towary objęte promocją

10.3.4 Jaką wartość musi osiągnąć wielkość ekonomiczna, na której opiera się promocja.

Wpisujemy ją w polu **Przelicznik**. Przykładowo, jeśli w polu wpisujemy 50, a **Rodzaj podstawy** ustawimy na **Utarg pełnopłatne**, to oznacza, że promocja ma zadziałać, gdy odpłatność produktów pełnopłatnych osiągnie lub przekroczy 50 zł.

10.3.5 Produkty objęte rabatowaniem w koszyku

Dla promocji opartych na koszyku towarów, rabatowych, możemy zdefiniować dodatkowy warunek dla rabatowania. Rabat może być policzony dla wszystkich produktów z koszyka, dla najdroższego lub dla najtańszego (Rysunek 10-21).

Rysunek 10-21 Ograniczanie promocji

10.3.6 Koszyk jako warunek wyzwiania promocji

Promocje oparte na koszykach towarów, to takie, gdzie warunek spełnienia się promocji jest oparty na zakupie przez klienta określonej grupy towarów w określonych ilościach (np. jeśli kupisz 2 opakowania towaru X i 3 opakowania towaru Y, dostaniesz 1 opakowanie towaru Z z 50% upustem). Ilość pozycji asortymentowych użytych w koszyku może być dowolna.

10.3.6.1 Definiowanie koszyka towarów

Koszyk towarów określamy w zakładce **Zawartość koszyka**. Dla koszyka towarów, warunek promocji, opiera się zawsze na ilości sprzedanych sztuk produktów z koszyka. Słowo „koszyk” sugeruje, że mówimy przynajmniej o kilku produktach. Jednak, o czym się dalej przekonamy, „koszyk” może obejmować jeden produkt, przy niektórych typach promocji.

Przejdźmy więc do zakładki **Zawartość koszyka** (Rysunek 10-22), gdzie określamy produkt i ilość (ilość minimalna), jaka ma wyzwolić promocję.



Rysunek 10-22 Koszyk jednopozycyjny

Jeżeli w koszyku podamy więcej niż jeden produkt, wtedy promocja uruchomi się, jeśli wszystkie wymienione produkty zostaną zakupione w ilości „minimalnej”. Jeśli koszyk ma obejmować więcej produktów, mamy jeszcze drugą możliwość. Zamiast określać konkretne produkty, możemy wskazać grupę (klasyfikację) towarów, należących do koszyka. Wtedy promocja zareaguje, gdy transakcja obejmie ilość minimalną odnoszącą się do sumy produktów, należących do klasyfikacji. Drugie podejście ma tę zaletę, że przy stałej promocji, zawartość koszyka może ulegać zmianie, zależnie od tego, jakie produkty w danym momencie chcemy wspierać w sprzedaży.

10.3.7 Kilkopoziomowy warunek promocji

W ramach jednej definicji promocji, możemy określić kilka **podstaw** (warunków). Przykład: za zakup powyżej 30 zł otrzymasz bonus X. Za zakup powyżej 100 zł otrzymasz bonus Y. W praktyce program naliczy:

- za zakup od 30 do 59,99 - 1 bonus X,
- za zakup od 60 do 89,99 - 2 bonusy X,
- za zakup od 90 do 99,99 - 3 bonusy X,
- za zakup od 100 do 119,99 - 1 bonus Y, itd.

Pola:

Nr podstawy - unikalny w ramach promocji (1,2,3,.....),

Przelicznik - ilość(wartość) podstawy dla promocji innych, niż koszykowe (wielkość odpłatności w zł, ilość recept, itp.),

% upustu - wysokość upustu dla promocji typu upustowego,

Sumuj koszyki - dotyczy promocji koszykowych, opartych na dwóch lub więcej koszykach, będących względem siebie wielokrotnością. Decyduje, czy przy spełnieniu warunku dla dwóch (lub więcej koszyków), mają być wydane bonusy dla obu koszyków, czy tylko dla większego. Koszyki należy definiować w kolejności od największej podstawy do najmniejszej. Istotny jest "nr podstawy".

10.3.8 Grupa towarów objętych promocją

Nie dotyczy promocji koszykowych. Warunek promocji może być kalkulowany dla całej transakcji lub odnosić się tylko do produktów należących do wskazanej grupy towarów. Domyślnie, promocja obejmuje wszystkie produkty. Jeśli chcemy jej działanie ograniczyć do wskazanej grupy, wskazujemy odpowiednią klasyfikację towarów (Rysunek 10-23)

Rysunek 10-23 Towary objęte promocją

Lista towarów może mieć charakter negatywny (Nie uwzględniaj towarów z tą klasyfikacją). Niewątpliwą zaletą tak skonstruowanej promocji, jest sytuacja, gdzie promocja zdefiniowana jest tylko raz, natomiast lista produktów wyzwalających promocję, jest dynamiczna i zmieniana poprzez zmianę w klasyfikacjach towarów.

10.3.9 Grupa klientów objęta promocją

W sytuacji, gdy promocja skierowana jest do wszystkich klientów, po prostu, nie definiujemy tego parametru. W innym przypadku, grupę klientów objętych promocją, określamy poprzez wskazanie kategorii (klasyfikacji) klientów (Rysunek 10-24).

Rysunek 10-24 Klienci objęci/wyłączeni z promocji

Lista może mieć charakter negatywny, to znaczy wskazywać klientów, którzy są wyłączeni z promocji (Nie uwzględniaj tych klientów w promocji). Wcześniej musimy oczywiście, zdefiniować odpowiednią klasyfikację i przypisać ją do klientów. Tę operację wykonamy poprzez **System→Parametry programu→Słowniki→Słowniki definiowane**. Wskazujemy słownik **Klienci**, przechodzimy do zakładki **Zawartość**, gdzie określamy nazwę grupy, która ma być objęta promocją (chyba, że wykorzystamy już istniejącą). Następnie przypisujemy (będziemy przypisywać) klasyfikację odpowiednim klientom, czy to w trakcie realizacji sprzedaży (Rysunek 10-27), czy też na zapleczu (Rysunek 10-26).

Słownik	Wartość
* Klient	Dzieci do lat 10

Wartość
Dzieci do lat 10

Rysunek 10-25 Klasyfikacja klientów na zapleczu apteki

Kod	Klient	Właściciel
43-44	Klient	Właściciel

Rysunek 10-26 Klasyfikacja klientów w oknie sprzedaży

Oczywistym jest, że promocje skierowane dla wskazanej grupy klientów, wymagają tego, by w trakcie realizacji sprzedaży wskazywać klienta (Ctrl+K).

10.3.10 Czy zgoda klienta jest wymagana

Wszystkie formy promocji, których zastosowanie wiąże się z wydatkowaniem przez klienta dodatkowych środków, w oczywisty sposób, muszą wymagać jego zgody. Generalnie będą to promocje bonusowe, gdzie bonus oferowany jest w cenie promocyjnej, jednak nie bezpłatnie. Do zdefiniowania promocji, która wymaga zgody klienta, wykorzystamy parametr **Sprawdzanie przy podsumowaniu transakcji** (Rysunek 10-27).

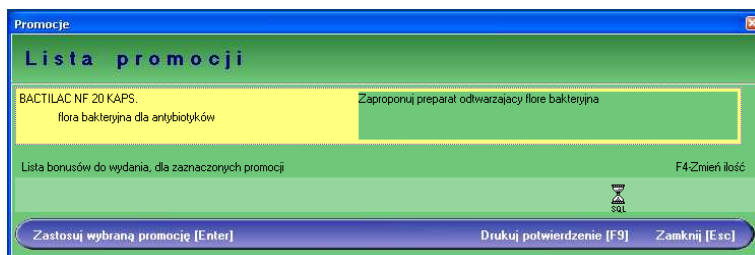
Sprawdzanie przy podsumowaniu transakcji

Nie sprawdzaj Zastosuj automatycznie

Sprawdź Zastosuj automatycznie dla stałych klientów

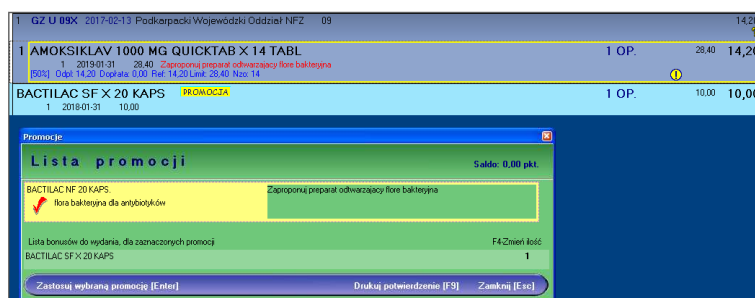
Rysunek 10-27 Parametr „sprawdzanie przy podsumowaniu transakcji

- **Nie sprawdzaj** – promocja jest nieaktywna,
- **Sprawdź** – jeśli przy podsumowaniu transakcji, warunek promocji jest spełniony, na ekranie pojawia się zielone okno z informacją o promocji (Rysunek 10-28).



Rysunek 10-28 „Sprawdzanie” promocji

By zastosować promocję, należy ją wskazać (jeśli jest więcej, niż jedna) i zatwierdzić wciskając klawisz **Enter**. Następnie zatwierdzamy ilość bonusów, wciskając klawisz **Ins**. Bonus zostanie dodany do transakcji (Rysunek 10-29).



Rysunek 10-29 Bonus o cenie niezerowej

- **Zastosuj automatycznie** – Akcja promocyjna zostanie uaktywniona automatycznie, przy podsumowaniu klienta. Program odpowiednio do definicji promocji, albo naliczy rabat, albo dopisze bonus, punkty w programie lojalnościowym lub wykona inną, zdefiniowaną akcję promocyjną.
- **Zastosuj automatycznie dla stałych klientów** – analogicznie, jak wyżej, z tym, że warunki promocji są sprawdzane wyłącznie przy sprzedaży z identyfikacją klienta.

10.3.11 Akcja promocyjna

Jaki efekt ma wywołać promocja? Efekty mogą być trojakiego rodzaju:

- **Rabat** (zakładka **Podstawy naliczania promocji**, pole **Rabat**)

Rabat, zależnie od definicji promocji zostanie naliczony:

- od całej transakcji – dla promocji z rodzajem podstawy, innym niż **Koszyk** i z niezdefiniowaną grupą towarów, objętych promocją (Zakładka **Parametry promocji** → pole **Towary objęte promocją**).

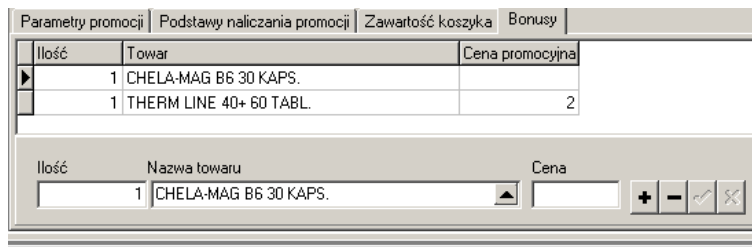
- od towarów z koszyka, dla promocji z rodzajem podstawy ustawionym na **Koszyk**.

- **Cena promocyjna** (zakładka **Podstawy naliczania promocji**, pole **Obniżona cena**), działa dokładnie tak samo, jak rabat, więc należy zadbać o logiczną stronę promocji. W skrajnym przypadku, przy złej logice promocji, program zastosuje jedną cenę do wszystkich

produktów z paragonu. W praktyce, promocje z ceną promocyjną, stosujemy wyłącznie do promocji koszykowych z wieloma koszykami jednoproduktowymi.

- **Bonus**

Akcja promocyjna może polegać na tym, że klientowi zostanie przyznany bonus rzeczowy, w dowolnej postaci. Może to być próbka produktu, torebka, prezent, usługa, bilet, ostatecznie produkt z oferty apteki. Bonus może być bezpłatny lub też zaoferowany po specjalnej cenie. Możemy również zdefiniować alternatywne bonusy, to jest kilka do wyboru, według uznania klienta. W takim przypadku, promocja musi mieć parametr **Sprawdź** włączony. Bonusy definiujemy w zakładce o tej samej nazwie (Rysunek 10-30).



Rysunek 10-30 Bonusy w promocji

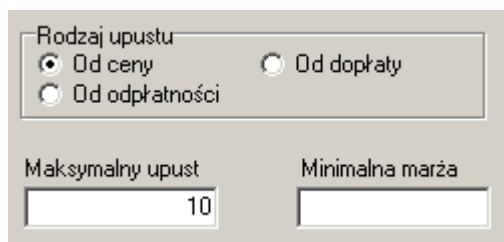
W polu **Ilość** określamy maksymalną ilość bonusów, jaki może otrzymać klient. W polu **Cena** wpisujemy cenę promocyjną. Jeśli pole będzie puste, bonus zostanie wydany bezpłatnie. Dodatkowo, dla promocji bonusowych, pola **% upustu** i **Obniżona cena**, w zakładce **Podstawy naliczania** promocji muszą być puste!

10.3.12 Komunikaty dla personelu obsługującego klienta

„Duże okno”, dostępne w zakładce **Podstawy naliczania promocji** - służy do wpisania komunikatu tekstowego, adresowanego do osoby obsługującej klienta (zwykle opis promocji, lub informacje do przekazania klientowi). Tekst pojawi się w oknie marketingowym.

10.4 Limitowanie promocji rabatowych dla grupy odpłatnościowej

Mamy możliwość wyłączyć lub ograniczyć działanie promocji rabatowych dla wybranej grupy odpłatnościowej. W tym celu wchodzimy w **System**→**Parametry programu**→**Sprzedaż**→**Odpłatności**, w zakładkę **Dane podstawowe** (Rysunek 10-31).



Rysunek 10-31 Parametry grupy odpłatnościowej

Jeśli chcemy, aby dla wybranej grupy odpłatnościowej nie był naliczany rabat, **Rodzaj upustu** pozostawiamy pusty lub wpisujemy „0” w pole **Maksymalny upust**. Możemy również określić **maksymalny upust** dla danej grupy, lub też ograniczyć faktycznie udzielony upust, określając **minimalną marżę**. Ustawienia te są obecnie ignorowane dla leków z ceną urzędową.

11 Zarządzanie sprzedażą wiązaną

Sprzedaż wiązana, od strony programu, to nic innego, jak odmiana promocji koszykowych z bonusem, która została omówiona w rozdziale o promocjach. Jednak z uwagi na złożoność merytoryczną, temat jest warty odrębnego omówienia.

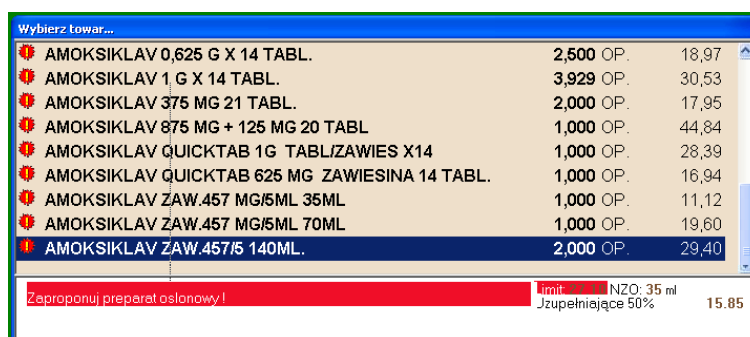
Dzięki mechanizmowi sprzedaży związanej, możemy zdefiniować listę produktów uzupełniających, w stosunku do innych produktów. W praktyce, chodzi o to, by, program zasugerował sprzedawcy produkt/produkty uzupełniające, następnie, by ten namówił klienta i jeśli ten ostatni wyrazi zgodę, by produkt uzupełniający został sprzedany. Zwykle produkty uzupełniające oferowane są na specjalnych warunkach – po obniżonej cenie.

11.1 Sprzedaż wiązana – prosty przykład

11.1.1 Zachowanie programu w części sprzedażowej

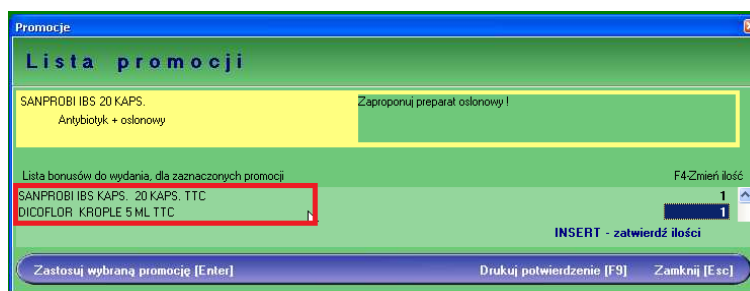
Prześledźmy mechanizm sprzedaży związanej, na powszechnie znanym przykładzie: antybiotyk+preparat osłonowy. Kolejno:

- Po wybraniu dowolnego antybiotyku, program podaje, w oknie marketingowym, odpowiedni komunikat dla osoby ekspediującej (Rysunek 11-1).



Rysunek 11-1 Sugestia w sprzedaży związanej

- Po podliczeniu recepty, osoba ekspediująca może sprawdzić, jakie konkretne preparaty osłonowe są liderami w naszej sieci aptek. W tym celu wciska klawisz **Ins** – podliczenie klienta i klawisz **Enter**. Na ekranie pojawi się zielone okno marketingowe, kursor przejdzie do dolnej części okna, gdzie są wyświetlone proponowane preparaty osłonowe (Rysunek 11-2).



Rysunek 11-2 Sprzedaż wiązana – produkty uzupełniające

W naszym przykładzie zdefiniowaliśmy dwa preparaty do wyboru. Jeśli klient zdecyduje się na zakup jednego z nich, pozostawiamy ilość 1, a dla drugiego preparatu wpisujemy 0. Następnie wciskamy **Ins** – sprzedaż wiązana zostanie zrealizowana (Rysunek 11-3).



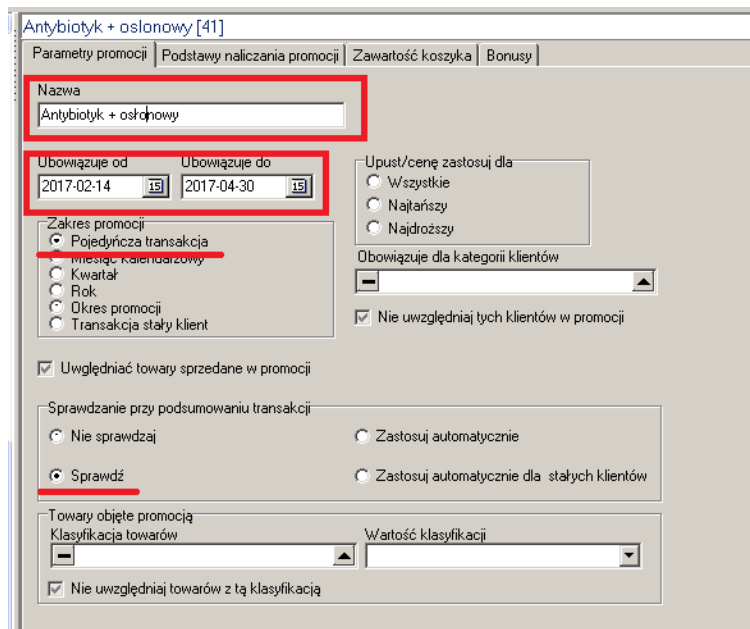
Rysunek 11-3 Dodany produkt uzupełniający

Jeżeli klient odrzuci ofertę, wychodzimy z „zielonego” okna, wciskając klawisz **Esc**.

11.1.2 Uruchomienie sprzedaży wiązanej z przykładu

Sprzedaż wiązana definiujemy poprzez mechanizm promocji. Definicja dla omawianego przykładu przedstawia się następująco:

- Parametry promocji – rysunek 4



Rysunek 11-4 Sprzedaż wiązana – definicja – dane ogólne

- Podstawy naliczania promocji – rysunek 11-5

Rysunek 11-5 Sprzedaż wiązana – definicja -podstawa

- Zawartość koszyka – rysunek 11-6

Rysunek 11-6 Sprzedaż wiązana – definicja – koszyk produktów

Przy promocjach koszykowych, opartych na grupie towarów (klasyfikacji), wymagane jest podanie jednego konkretnego preparatu w polu **Nazwa towaru**. Ilość minimalna określa limit, od którego promocja działa. W omawianym przykładzie 1 do 1.

- Bonusy – rysunek 11-7.

Rysunek 11-7 Sprzedaż wiązana – definicja – produkty uzupełniające

Uwaga! Jeśli pole **Cena promocyjna** nie zostanie wypełnione, produkt zostanie wydany bezpłatnie!

11.2 Sprzedaż wiązana – złożona terapia komplementarna

W praktyce może zaistnieć potrzeba zdefiniowania złożonej sprzedaży wiązanej, gdzie grupom i podgrupom produktów, przypiszemy kilka produktów uzupełniających. W efekcie, po wybraniu konkretnego produktu w sprzedaży, może zadziałać kilka sprzedaży wiązanych na raz. Przeanalizujemy poniższy przykład.

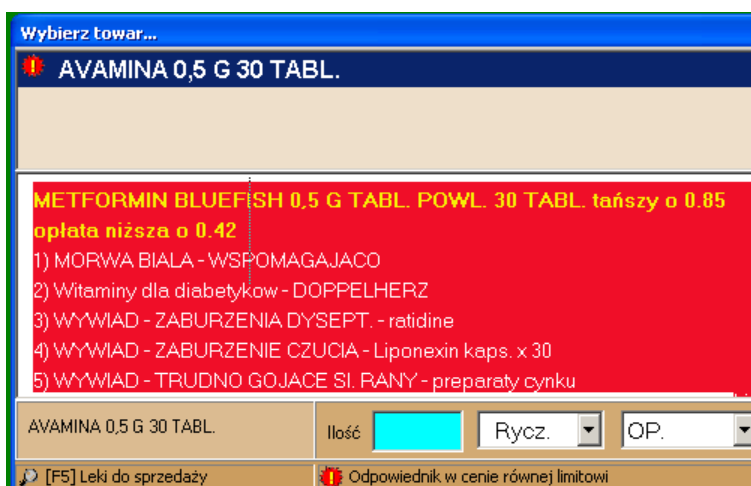
11.2.1 Założenia

Dla leków doustnych, przeciwcukrzycowych, zawierających Metforminę osoba obsługująca klienta, powinna zaproponować:

- wspomagająco preparaty zawierające morwę białą (zmniejsza przyswajanie cukrów): produkt – lider w tej kategorii, w naszej sieci aptek – Insulan tabl. Powl. x 60,
- witaminy dla diabetyków: produkt – lider w tej kategorii, w naszej sieci aptek – Doppelherz Aktiv dla diabetyków, tabl. x 30,
- wywiad – zaburzenia dyseptyczne: ranitidine: nasz lider – Ranigast max 0,15 G tabl. powl. x 20,
- wywiad – zaburzenie czucia: Liponexin kaps. x 30,
- wywiad – trudno gojące się rany: preparaty cynku: nasz lider – Zincas forte 0,15 g = 0,027 g cynku, tabl. x 50.

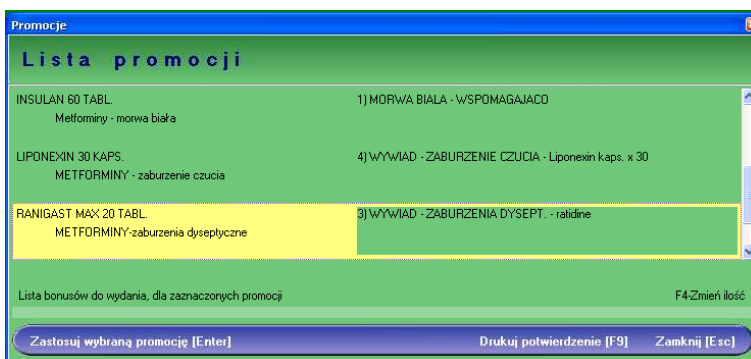
11.2.2 Uzyskane efekty w części sprzedażowej programu

Za każdym razem, gdy osoba ekspediująca najedzie na jeden z leków, zawierających metforminę, w oknie marketingowym pojawi się zestaw komunikatów, dotyczących wszystkich dostępnych, dla metformin, terapii komplementarnych (Rysunek 11-8).



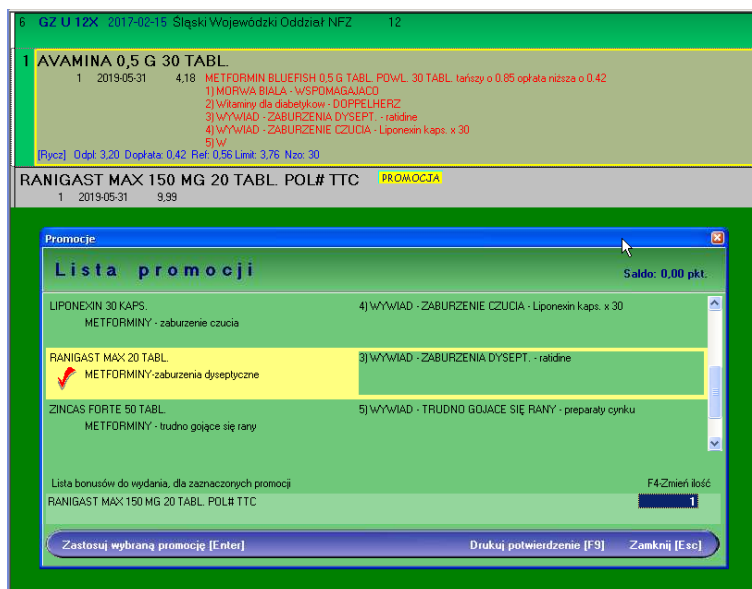
Rysunek 11-8 Złożona terapia komplementarna - odpowiedź

Już na tym etapie, osoba ekspediująca może podjąć rozmowę z klientem, jednak lepszym rozwiązaniem, będzie rozliczenie recepty do końca i wywołanie „zielonego” okna marketingowego, poprzez wciśnięcie klawisz **Ins** (Rysunek 11-9).



Rysunek 11-9 Złożona terapia komplementarna - wybór

Na ekranie pojawią się wszystkie możliwe „akcje”. W oknie mieści się 3, więc by zobaczyć pozostałe, należy posłużyć się suwakiem. Z lewej strony widzimy nazwę handlową proponowanego preparatu, pod spodem – nazwę promocji, a po prawej – komunikaty, jakie wcześniej były widoczne w „czerwonym” oknie marketingowym. Jeśli klient zaakceptuje dany produkt uzupełniający, podświetlamy go (z lewej strony żółte tło) i zatwierdzamy, wciskając klawisz **Enter**. Preparat „przeskoczy” do dolnego okna. Wciskamy **Ins**, by go zatwierdzić – promocja zostanie zastosowana (Rysunek 11-10).



Rysunek 11-10 Złożona terapia komplementarna - realizacja

Z pozostałymi produktami uzupełniającymi postępujemy w analogiczny sposób. Kończymy, wychodząc z zielonego okna marketingowego (Esc). Transakcja zostanie podsumowana.

11.2.3 Uruchomienie takiej terapii komplementarnej

W celu uruchomienia omawianej terapii komplementarnej, musimy zdefiniować aż 5 promocji koszykowych z bonusem. Wszystkie będą miały takie same ustawienia, za wyjątkiem bonusu i komunikatu marketingowego. Prześledźmy definicję na przykładzie promocji „Metforminy – morwa biała”. Definicja przedstawia się, jak na poniższych rysunkach:

- Parametry promocji – rysunek 11-11.

Rysunek 11-11 Terapia – definicja – parametry promocji

- Podstawy naliczania promocji – rysunek 11-12.

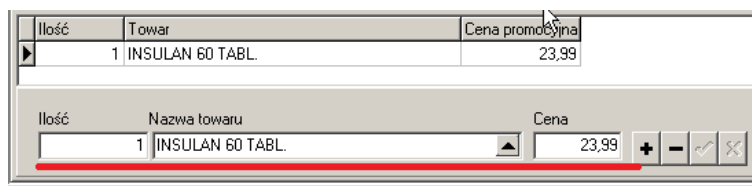
Rysunek 11-12 Terapia – definicja – podstawa naliczania

- Zawartość koszyka – rysunek 11-13.

Rysunek 11-13 Terapia – definicja – koszyk towarów

Klasyfikacja towarów definiuje grupę produktów, dla której ma zastosowanie sprzedaż wiązana. Jednak konstrukcja programu wymaga, by podać jeden konkretny produkt, objęty promocją.

- Bonusy – rysunek 11-14.



Ilość	Towar	Cena promocyjna
1	INSULAN 60 TABL.	23,99

Ilość	Nazwa towaru	Cena
1	INSULAN 60 TABL.	23,99

Rysunek 11-14 Terapia – definicja – produkty uzupełniające

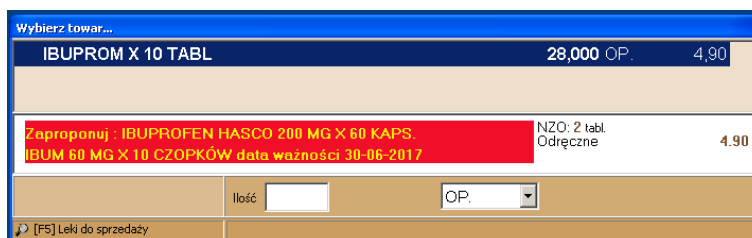
W naszej terapii stosujemy jeden bonus, jednak może ich być więcej, do wyboru w „zielonym” oknie marketingowym.

Następnie, w sposób analogiczny, definiujemy promocje dla pozostałych składowych terapii komplementarnej. Generalnie, parametry będą takie same, za wyjątkiem komunikatu marketingowego i definicji bonusu.

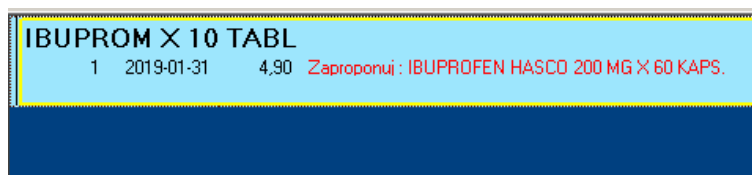
12 Zarządzanie sugestiami sprzedażowymi

12.1.1 Na czym polegają sugestie sprzedażowe?

Mechanizm sugerowania osobie ekspediującej w aptece, by zaproponowała zamiennie inny produkt (wiodący) polega na tym, że program zgłasza stosowny komunikat. Na liście towarów (rysunek 12-1) i na kontrolce sprzedaży (rysunek 12-2).



Rysunek 12-1 – Sugestia na liście towarów



Rysunek 12-2 Sugestia na kontrolce sprzedaży

W sytuacji, jak na rysunku 12-1, osoba ekspediująca wciska odpowiednio:

Ctrl+A – by wygodnie wydać produkt sugerowany,

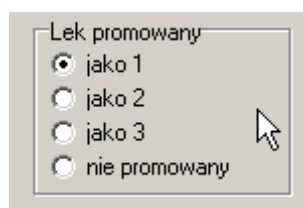
Ctrl+Z – by uzyskać listę odpowiedników zbiorczych, dostępnych na stanie magazynowym apteki,

Ctrl+N – by uzyskać listę wszystkich preparatów, o tej samej substancji czynnej (tych samych substancjach czynnych dla preparatów złożonych), będących na stanie magazynowym apteki.

Produkty na listach uporządkowane są od najtańszego do najdroższego.

12.1.2 Produkty - liderzy

Celem sugestii sprzedażowych jest przekierowanie popytu z produktów o które pyta klient, na produkty, które mają dla nas kluczowe znaczenie. Zwykle są to produkty wysokomarżowe, na których skoncentrowany jest potencjał działu zakupów, sprzedaży i marketingu. Takim produktom nadajemy status **Lek promowany: jako 1**. Jest to parametr dostępny w CBT, w zakładce **Dane podstawowe** (Rysunek 12-3).




Rysunek 12-3 Produkty - liderzy

Jeżeli w danej grupie produktów zamienianych, mamy więcej niż jeden produkt – lider, kolejnym produktom – liderom z grupy, nadajemy status odpowiednio: **promowany: jako 2** i **promowany: jako 3**.

12.1.3 Produkty zamieniane

Nie mniej istotnym krokiem, jest określenie grup produktów, które będą podlegały zamianie w procesie substytucji. Mamy tutaj następujące możliwości:

- Grupa odpowiedników Infarm – opracowane przez firmę Infarm odpowiedniki, oparte na kompilacji następujących parametrów: nazwa substancji czynnej (substancji czynnych), postaci, i klasyfikacji anatomiczno – terapeutycznej. Odpowiednik i produkty należące do grupy oraz podstawowy zestaw informacji, dostępne są w CBT, w zakładce o tej samej nazwie. By przejrzeć listę preparatów, które mają określony odpowiednik Infarm, należy zastosować filtr w CBT o tej samej nazwie.
- Grupa odpowiedników zbiorczych – to idealna podstawa substytucji generycznej, dostępna „od ręki”, bez żmudnego, samodzielnego definiowania grup towarów zamienianych. To preparaty o tym samym składzie i dawce, tej samej drodze podania i zbliżonej postaci farmaceutycznej. Więcej na temat odpowiedników zbiorczych w rozdziale „Zarządzanie asortymentem”. Niestety nie wszystkie produkty mają określony ten odpowiednik. By przejrzeć listę preparatów, które mają określony odpowiednik zbiorczy, należy zastosować filtr w CBT o tej samej nazwie.
- Zamiennie, w uzasadnionych przypadkach, możemy rozszerzyć grupę odpowiedników na wszystkie preparaty o tym samym składzie (nazwa międzynarodowa). Wykorzystanie nazwy międzynarodowej musi jednak wiązać się z aktywną postawą personelu pierwszego stołu i umiejętnym poruszaniu się po produktach o różnej postaci.

• Grupa odpowiedników własnych – „własnych”, to znaczy określonych przez użytkownika. Zakładanie nowych grup odpowiedników własnych i przypisywanie ich do produktów jest bardzo proste. By przejrzeć lub dodać nową grupę w odpowiednikach własnych, przechodzimy w tryb edycji CBT (**F11** lub **Operacje-->Tryb edycji**). Następnie, na wybranym produkcie, wchodzimy w zakładkę **Odpowiedniki własne**, gdzie wywołujemy listę **Grup odpowiedników**, wciskając . Ewentualnie dopisujemy nową grupę odpowiedników własnych i przypisujemy ją do produktu. W zakładce jest widoczna i grupa i pozostałe produkty należące do tej grupy (Rysunek 12-4).

SNOREEZE DOUCENUIT AEROSZOL 10 ML = 100 DAWEK [120764]							
Dane podstawowe Jednostki miary Klasyfikacje Listy Skład i Uwagi Nazwa międzynarodowa Synonim Szczegółowy Odpowiednik Zbiorczy Ceny i Limity Vat Lokalne kartoteki							
Grupa odpowiedników <input type="text" value="Przeciwnie chrapaniu"/>							
Odpowiednik	Cn det br	Cn det nt	Cn za nt	Marża kw	Marża pr	Stan	Sp liczenia
BREATHE RIGHT REGULAR PASTER 10 SZT	2,8	2,59	1,81	0,78	30,12	S	
DATING KROPLE PRZECIWN CHRAPANIU KROPLE DO NOSA 5 ML							
DATING SPRAY PRZECIWN CHRAPANIU AEROSZOL 10 ML							
SNOREEZE AEROSZOL 60 ML = 27 DAWEK PO 3 APLIKACJE							
SNOREEZE PŁATKI 14 LISTKÓW DOUSTNYCH	23,9	22,13	17,3426	4,79	21,63	S	
SNOREEZE AEROSZOL 23,5 ML = 50 DAWEK PO 3 APLIKACJE	39,9	36,94	30,8	6,14	16,62	S	
DATING KROPLE PRZECIWN CHRAPANIU KROPLE DO NOSA 20 ML	27,25825	20,3704	20,38	4,86	19,25	S	
DATING SPRAY DO NOSA PRZECIWN CHRAPANIU AEROSZOL 20 ML	32,5	30,09	22,8333	7,26	24,12	S	
SNOREEZE ULGA W CHRAPANIU DUZE PASTER 10 SZT							
SNOREEZE ULGA W CHRAPANIU MALE/SREDNIE PASTER 10 SZT							
DATING SPRAY DO GARDLA PRZECIWN CHRAPANIU AEROSZOL 22 ML	36,9	34,17	29,51	4,66	13,64	1 S	
SNOREEZE PLYN 250 ML							
SNOREEZE AEROSZOL 14 ML = 28 DAWEK PO 3 APLIKACJE							

Rysunek 12-4 Odpowiedniki własne

12.1.4 Definiowanie pojedynczej sugestii sprzedażowej

Uruchomienie sugestii sprzedażowej jest bardzo proste i składa się z dwóch kroków:

- Wskazanie zamiennika,
- Wskazanie grupy produktów zamienianych, poprzez określenie poziomu substytucji dla zamiennika (odpowiednik Infofarm, odpowiednik zbiorczy, odpowiednik własny, nazwa międzynarodowa).

Czynności te wykonujemy w **CBT** → zakładka **Dane podstawowe** - pola **Lek promowany** i **Lek promowany wyszukiwany według**. (Rysunek 12-5).

Jeżeli jako bazę do substytucji chcemy wykorzystać odpowiednik własny, może zająć potrzeba jej zdefiniowania. Co czynimy w sposób opisany wyżej.

Rysunek 12-5 Produkt promowany - ustawienia

12.1.5 Zarządzanie wieloma sugestiami sprzedażowymi w długim horyzoncie czasowym

Opracowane rozwiązanie ma szereg zalet i jedną największą – elastyczność w czasie. Mianowicie, zarządzanie sugestiami sprzedażowymi, w długim horyzoncie czasowym, sprowadza się jedynie do wskazywania aktualnych produktów – liderów. Nie musimy aktualizować list produktów zamienianych, bo takich w ogóle nie tworzymy, lecz jedynie definiujemy cechy, jakie ma produkt podlegający zamianie (należy lub nie do grupy odpowiedników).

Dodatkowo, wskazywanie produktów - liderów można zautomatyzować, na przykład poprzez cykliczne uruchomienie procedury, która zaktualizuje listę liderów w oparciu o poziom marży, czy wysokość stanów magazynowych.

12.1.6 Uruchamianie usługi w sieci aptek

Uruchomienie usługi w sieci aptek wymaga jednorazowego zdefiniowania procesu synchronizacji baz danych aptek z centralą. Należy tu skorzystać z pomocy Infofarm.

13 Zarządzanie programami lojalnościowymi

Idea programów lojalnościowych opiera się na dwóch założeniach:

- Klient, który przystąpi do programu lojalnościowego, otrzymuje punkty za dokonywane zakupy. Sam algorytm naliczania punktów może być różny. Zwykle jest tak, że istnieje algorytm standardowy, gdzie za określoną wartość zakupu, klient otrzymuje proporcjonalną ilość punktów. Dodatkowo, wybrane produkty, zwykle te wysoko marżowe, premiuwane są dodatkowo. Punkty te są gromadzone na koncie klienta.
- Opracowywany jest katalog nagród, gdzie każda nagroda ma swoją cenę, wyrażoną w punktach. Dla nagród prowadzona jest ewidencja magazynowa.
- Klient dokonuje wymiany punktów na nagrodę z katalogu. Program rozlicza taką operację, zmniejszając odpowiednio ilość punktów na koncie klienta i stan magazynowy nagrody. Pozwala również na sporządzenie stosownego dokumentu, potwierdzającego odebranie nagrody.

Program Infofarm dla sieci aptek pozwala na realizację tak skonstruowanych programów lojalnościowych.

13.1 Działanie programu lojalnościowego na stanowisku sprzedaży

13.1.1 Przystąpienie klienta do programu lojalnościowego

Programy lojalnościowe oparte są zwykle na tym, że klient przystępujący do programu otrzymuje kartę, na której nadrukowany jest numer w formie kodu kreskowego. Stosuje się tu dwa rozwiązania:

- Klient anonimowy – nie są zbierane dane personalne, klient otrzymuje kartę, która ma unikalny numer i to on tylko będzie identyfikować klienta w systemie.
- Dane personalne – wymagane są od klienta dane personalne.

Oba przypadki mogą być obsłużone w programie Infofarm. Rozpatrzmy ten drugi jako bardziej złożony.

By dopisać klienta do programu lojalnościowego, zakładamy dla niego konto w bazie kontrahentów. W „niebieskim” programie wciskamy kombinację **CTRL+k**, następnie **Ins**, w celu dopisania nowej osoby. Wypełniamy poszczególne pola (Rysunek 13-1). Numer karty klienta najwygodniej odczytać czytnikiem kodów kreskowych.

Rysunek 13-1 Nowy uczestnik programu lojalnościowego

Po wypełnieniu wszystkich pól, zatwierdzamy kartę, wciskając **Ctrl+Enter**. Możemy, z poziomu programu, wydrukować oświadczenie o wyrażeniu zgody na przetwarzanie danych osobowych (**F10**→Formularz karty).

13.1.2 Sprzedaż na rzecz klienta będącego w programie lojalnościowym

Rzecz sprowadza się do tego, by przed podsumowanie transakcji, wskazać klienta. Można to zrobić na początku, ale i przed samym podsumowaniem klienta. Cała operacja sprowadza się do podłożenia karty klienta pod czytnik kodów kreskowych. Klient zostanie rozpoznany i na ekranie pojawi się stosowny wiersz nad transakcją (Rysunek 13-2).

Bez rec.		F10		35,50	
Janina Kowalska upust: 0,00% obroty: 35,50 ost. sprzedaż: 2011-12-27					
GRIPEX HOT MAX X 12 TOREBEK		1 OP.	16,50	16,50	
1	2019-05-31	16,50			
VITAMINUM C 200 MG X 50 TABL		10 OP.	19,00	19,00	
10	2018-02-28	1,90			

Rysunek 13-2 Sprzedaż spersonalizowana

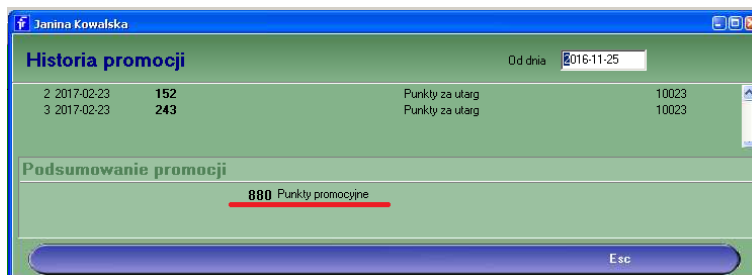
W takiej sytuacji, gdy wciśniemy **Ins**, by podliczyć klienta, program naliczy punkty programu lojalnościowego (Rysunek 13-3).

Bez rec.		Wpłata 35,50	F10	Rezulta 0,00	35,50	
Janina Kowalska pkt. 35,00 Upust [%] 0,00 Obroty: 35,50 Data zakupu: 2011-12-27						
GRIPEX HOT MAX X 12 TOREBEK		1 OP.	16,50	16,50		
1	2019-05-31	16,50				
VITAMINUM C 200 MG X 50 TABL		10 OP.	19,00	19,00		
10	2018-02-28	1,90				
Punkty promocyjne PROGRAM OPIEKI FARMACEUTYCZNE PROMOCJA		35 OP.	0,00	0,00		
35	0,00					

Rysunek 13-3 Naliczenie punktów w programie lojalnościowym

13.1.3 Rozliczenie klienta programu lojalnościowego

Informacja o zdarzeniach wpływających na saldo punktów klienta, zarówno te operacje, które skutkowały naliczeniem punktów, jak i operacje wydania nagrody za punkty, dostępne są po wciśnięciu **Ctrl+o (F10→Stały klient→Promocje)**. Na ekranie pojawi się wykaz operacji od wskazanej daty i saldo punktów (Rysunek 13-4).



Historia promocji				Od dnia	2016-11-25
2	2017-02-23	152	Punkty za utarg	10023	
3	2017-02-23	243	Punkty za utarg	10023	
Podsumowanie promocji					
880 Punkty promocyjne					

Rysunek 13-4 Saldo rozliczeń programu lojalnościowego

13.2 Definiowanie programu lojalnościowego

Na definicję programu lojalnościowego składają się dwa elementy:

- Algorytm naliczania punktów.
- Katalog nagród z punktacją.

13.2.1 Algorytm naliczania punktów w programie lojalnościowym

Algorytm definiujemy za pomocą mechanizmu promocji. Typowa definicja, gdzie punkty naliczane są od wartości sprzedaży produktów pełnopłatnych w skali 1 punkt za 1 złotówkę sprzedaży, przedstawiają poniższe rysunki:

- Parametry promocji

Rysunek 13-5 Algorytm naliczania punktów – definicja – parametry promocji

- Podstawy naliczania promocji

Rysunek 13-6 Algorytm naliczania punktów – definicja – podstawa naliczania

- Bonusy

Rysunek 13-7 Algorytm naliczania punktów – definicja – bonus

Nic nie stoi na przeszkodzie, by obsługiwać bardziej złożone algorytmy naliczania punktów, na przykład dodatkowe punkty od ilości recept, od konkretnych produktów czy grup produktów. Ważne by promocja obsługująca algorytm, miała następujące cechy:

- Zakres promocji: Transakcja stały klient,

- Sprawdzanie przy podsumowaniu transakcji: Zastosuj automatycznie dla stałych klientów,
- Bonus: Punkty promocyjne (jest taka karta w CBT).

13.2.2 Katalog nagród z punktacją

Katalog nagród definiujemy za pomocą mechanizmu promocji. Definicja promocji, obsługująca katalog nagród, jest standardową definicją, dostępną w programie po zainstalowaniu. Jej parametry są następujące:

- Parametry promocji

Rysunek 13-8 Katalog nagród – definicja – parametry promocji

- Podstawy naliczania promocji

Nr podstawy	Rodzaj	Bonus	Od dnia	Do dnia
42	T	Nagrody za 4000 pkt.	2000-01-01	3000-01-01
41	T	Nagrody za 3900 pkt.	2000-01-01	3000-01-01

Rysunek 13-9 Katalog nagród – definicja – podstawy naliczania

Podstawa musi być zdefiniowana dla każdej nagrody osobno. Można też przyjąć rozwiązanie, jak zaprezentowane na rysunku, gdzie definiujemy tylko punktację nagrody, natomiast sam katalog nagród może zmieniać się w czasie.

- Zawartość koszyka



Rysunek 13-10 Katalog nagród – definicja – zawartość koszyka

Zawartość koszyka musimy zdefiniować dla każdej podstawy, wskazując ilość punktów, potrzebnych do otrzymania danej nagrody.

- Bonus



Rysunek 13-11 Katalog nagród – definicja – parametry promocji

Tu wskazujemy nagrodę. Nagroda musi mieć zdefiniowaną kartę i w CBT i w Towarach!

13.2.2.1 Wczytanie katalogu nagród z pliku Excel

Konstruowanie katalogu nagród ręczne, byłoby bardzo kłopotliwe. Rozwiązaniem tego problemu, jest możliwość wczytania katalogu nagród z pliku Excel. Za pomocą funkcji **Operacje** → **Wczytanie listy nagród**. Plik Excel z listą nagród musi mieć następujący układ kolumn: nazwa nagrody, cena punktowa, obowiązuje od, obowiązuje do. Funkcja wykona 3 rzeczy: dopisze karty do CBT, dopisze karty w towarach oraz dopisze odpowiednie dane do promocji obsługującej katalog nagród, na której musimy się oczywiście ustawić, przed uruchomieniem tej opcji. Czynność musi być wykonana w każdej z aptek.

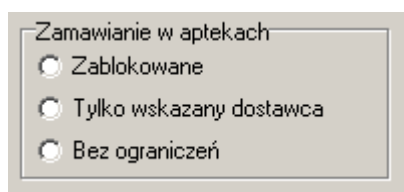
14 Strategia „Kupuj→Rekomenduj→Motywuj→Wyceniaj”

Realizuj strategię, czyli:

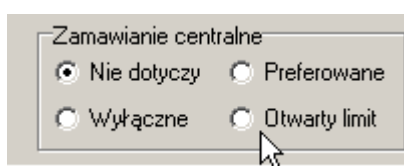
- Kupuj produkty centralnie na wysokich marżach i budżetach,
- Rekomenduj produkty wysokomarżowe załodze aptek (rekomendacje magazynowe),
- Motywuj personel do sprzedaży produktów wysokomarżowych,
- Ustal ceny promocyjne na produkty wysokomarżowe.

Dopiero skoordynowanie wyżej wymienionych zadań, w ewentualnym połączeniu z promocjami, sugestiami sprzedażowymi, pozwoli zmaksymalizować efekty finansowe wysiłków nakierowanych na maksymalizowanie marży. Infofarm dla sieci aptek umożliwi podejmowanie takich działań w jednym miejscu i za jednym „zamachem”. Zrealizujemy je prosto i wygodnie poprzez funkcję „Zamówienia pakietowe”, z której opisem należy zapoznać się w pierwszej kolejności. Mianowicie, wystarczy, że wykonamy następujące czynności:

- Wydamy ogólną rekomendację magazynową dla wszystkich produktów z pakietu (Rysunek 14-1), lub indywidualnie dla wybranych towarów z pakietu (Rysunek 14-2)
- Dla każdego produktu, zamawianego w ramach pakietu lub dla niektórych z nich, wpisujemy punkty promocyjne, czyli punkty stanowiące podstawę naliczenia premii pracowniczej ().
- Dla każdego produktu lub wybranych, określimy cenę promocyjną ().
- Wskażemy promocję powiązaną z pakietem (), którą wcześniej musimy zdefiniować, oraz uruchomimy **Operacje→Generuj promocję**. Generacja promocji, dopisze do promocji, produkty z pakietu, dla których pole **Punkty promocyjne** lub **Planowana cena sprzedaży** nie będzie puste. Wpisany zostanie również okres obowiązywania punktów/cen, zgodny z okresem wskazanym w parametrach pakietu – **Realizacja od i Realizacja do**.



Rysunek 14-1 Rekomendacja magazynowa ogólna



Rysunek 14-2 Rekomendacja magazynowa dla produktu



15 Lokalne promocje rabatowe

W systemie dostępny jest dodatkowo moduł umożliwiający konstruowanie lokalnie, na poziomie apteki promocji, polegającej na udzielaniu rabatu dla określonej grupy odbiorców, na zakup określonej grupy towarów. Jako dodatkowe warunki, istnieje możliwość określenia dni tygodnia, kiedy promocja obowiązuje i przedział czasu. Nadto, rabat może być uzależniony od wieku pacjenta, odczytanego z numeru PESEL (recepta). Przykładowa promocja:

- emeryci uzyskują 5% upustu na leki przeciwbólowe,
- diabetyk otrzymuje testy bezpłatnie.

Tego rodzaju system rabatowy definiujemy na poziomie apteki, poprzez funkcję **System** → **Parametry programu** → **Sprzedaż** → **Upusty dla grupy klientów/towarów** (Rysunek 15-1).

Rysunek 15-1 Rabat dla grupy towarów lub klientów

W pierwszej linijce należy określić grupę klientów, której będzie naliczany upust, czyli klasyfikację kontrahentów i odpowiednią wartość. W tym celu klikamy na , wskazujemy klasyfikację, przechodzimy do **Szczegóły** → **Zawartość** i wskazujemy właściwą wartość klasyfikacji. I wciskamy klawisz **F6**. W drugiej linijce określamy klasyfikację towarów, których sprzedaż będzie rabatowana - rozwijamy () i wybieramy z listy (**F6**). W trzeciej linijce wpisujemy odpowiednią wartość dla klasyfikacji towarów. W polu **Upust** wpisujemy wysokość upustu. Działanie systemu rabatowego możemy ograniczyć czasowo, wskazując dni tygodnia, dla których ma działać promocja i przedział czasu. Możemy zabezpieczyć się przed stratami na towarach z niską marżą, określając jej minimalną wielkość i sposób naliczania. Pole **Wiek wg.**

PESEL pozwala z kolei stworzyć promocję dla osób z określonego przedziału wiekowego. Wiek jest „ustalany” przez program na podstawie numer PESEL z recepty lub zlecenia. Wiek ten jest uwzględniany w obrębie całej transakcji (paragon) i regułą promocji uzależnionej od wieku, zostaną również objęte produkty sprzedawane bez recepty w ramach tego paragonu.

16 Analizy

Zebrana w bazach danych informacja to niewyczerpana kopalnia wiedzy. By jednak została użyta, musi zostać przetworzona i zaprezentowana w odpowiedni sposób. Do tego celu służą **Analizy**. Funkcjonalność występuje zarówno na poziomie pojedynczej apteki, jak i na poziomie centrali, w programie Infofarm dla sieci aptek. Różnica oczywiście jest taka, że analizy na poziomie apteki operują na danych z tej apteki, a analizy w centrali, w programie Infofarm dla sieci aptek, na danych ze wszystkich aptek.

Schemat pracy z analizą wygląda następująco:


1. Zdefiniowanie analizy.
2. Obliczenie analizy dla zadanych warunków
3. Przeglądanie analizy – do wyboru: układ dwuwymiarowy lub trzywymiarowy
4. Ewentualne przeniesienie danych do pakietu biurowego i dalsza obróbka (tabele przestawne, itp.).

Infofarm oferuje wiele analiz standardowych, wypracowanych na bazie wieloletniego doświadczenia i silnych relacjach z dotychczasowymi użytkownikami systemu. Ich liczba stale rośnie. Dla takich analiz etap pierwszy (Przygotowanie analizy) mam „z głowy”.

Jeżeli potrzeby nie zaspokajają aktualne dostępne analizy standardowe, użytkownik ma trzy możliwości:

1. Stosunkowo proste analizy można zdefiniować z poziomu programu, o czym w dalszej części instrukcji.
2. Stworzyć własną analizę za pomocą języka SQL.
3. Zamówić analizę w Infofarm.

16.1 Analizy standardowe

Uruchamiamy opcję **Analizy** (). W celu wygodniejszego poruszania się po analizach, zostały one pogrupowane tematycznie (Rysunek 16-1).

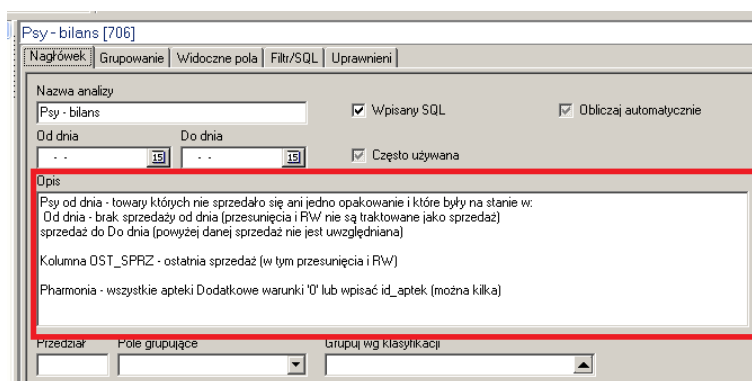
Nazwa
1. FINANSOWE
1. ----- Koszt własny sprzedaży
1. ----- Paragon
1. ----- Paragon 'fiskalny'
1. ----- Płatności - brak faktur
1. ----- Rejestr MMP
1. ----- Rejestr MMR
2. STRUKTURA SPRZEDAŻY
2. ----- Korelacja Paragon
2. ----- Korelacja Recepta
2. ----- Ranking kontrahentów
3. TOWARY
3. ----- Karty do sprawdzenia z centralą
3. ----- Karty do sprawdzenia z centralą
3. ----- Karty do założenia wg klasyfikacji

Rysunek 16-1 Analizy

Wyróżniono następujące grupy analiz:

1. Finansowe – pozwalające na uzyskanie przekrojowej informacji o podstawowych wielkościach ekonomicznych, na przykład: sprzedaż netto, zrealizowana marża, marża procentowa, odpłatność, lub też analizy wspomagające księgowość.
2. Struktura sprzedaży – dające wgląd w strukturę sprzedaży z różnego punktu widzenia: grup asortymentowych, rodzajów odpłatności, klasyfikacji ATC, czy producentów leków.
3. Towary – zawierające szczegółową informację na temat poszczególnych produktów – sprzedaż ilościowa, stan magazynowy, ilość kupiona, cena i inne informacje.
4. Pacjenci – analizujące liczbę pacjentów – na przykład w określonych godzinach, na poszczególnych stanowiskach, itp.
5. Personel – prezentujące informacje odnoszące się do załogi aptek – zrealizowana: sprzedaż, marża, gotówka, ilość obsłużonych pacjentów przez poszczególne osoby. Informacja może również dotyczyć tylko wybranych produktów czy grup asortymentowych.
6. Zakupy i zamówienia – prezentujące strukturę zakupów – na przykład z podziałem na hurtownie czy producentów.
7. Magazyn – prezentujące ogólne informacje o magazynie towarów: wartość, ilość asortymentów, rotacja i inne.
8. Statystyki, średnie, rankingi – tu zgrupowane są różnorodne analizy, których celem jest wychwycenie pewnych ogólnych prawidłowości, na przykład: średnia wartość zakupu pacjenta czy ranking lekarzy i przychodni
9. Około refundacyjne
10. Specjalne – to analizy do zadań specjalnych, przeznaczone dla administratora programu.

Każda analiza standardowa została opisana - zakładka **Nagłówek**, pole **Opis** (Rysunek 16-2).



Rysunek 16-2 Opis analizy

Z kolei, za pomocą dostępnych w panelu po lewej stronie filtrów, możemy przeszukiwać analizy na ich funkcję. Wyróżniamy:

- Centralne – analizy, które są dostępne i w centrali i w aptekach.



- Business Intelligence – analizy wykorzystywane w zintegrowanych z bazą danych raportach, opracowanych w MS Excel (rozdział „Program MS Excel jako narzędzie analizy BI).
- Często używane – możemy oznaczyć analizy, do których zaglądamy najczęściej (pole Często używana, zakładka **Nagłówek**).

16.2 Sporządzanie analizy

Sporządzanie raportu sprowadza się do wykonania trzech prostych czynności:

- Określenia przedziału czasowego, poddanego analizie (Rysunek 16-3).

Rysunek 16-3 Parametry decyzyjne analizy

- Przygotowania raportu (,), co spowoduje przygotowanie danych. Dane są pamiętane do momentu ponownego wykonania tej funkcji, dla każdej analizy z osobna.
- Wyświetlenia raportu (,), po czym wyniki pojawią się na ekranie. Jeśli chcemy zobaczyć raport oparty na wcześniej przygotowanych danych, wykonujemy tylko tę czynność (Pokaż). Zawsze, przed skorzystaniem z danej analizy, należy zapoznać się z opisem (zakładka **Nagłówek**, pole **Opis**). Szczególnie należy zwrócić uwagę, czy dana analiza nie wymaga podania dodatkowych informacji w polu **Dodatkowe warunki**.

16.3 Przeglądanie raportu

Wyniki (raport) są prezentowane w formie dwuwymiarowej tabeli. Raport można poddać dalszej obróbce poprzez posortowanie lub filtrowanie. Można również zapisać raport w formacie Excel i przetworzyć w pakiecie biurowym (**Operacje** → **Wydruki** → **Otwórz w Excel/Zapisz w XLS**).

16.4 Wykresy

Możemy sporządzić prosty wykres słupkowy dwuwymiarowy. Określamy tylko rzędną i odciętą. Bardziej złożone wykresy należy przygotowywać w programie biurowym.

16.5 Więcej niż dwa przekroje - wizualizacja

Analiza zwraca zawsze wynik w formie tabeli dwuwymiarowej. Jeśli prezentuje dane w więcej niż dwóch przekrojach, jest zazwyczaj nieczytelna. Przykładowo chcemy przygotować raport o sprzedaży poszczególnych pracowników w poszczególnych miesiącach. Taki źródłowy raport w formie tabeli dwuwymiarowej, będzie mało czytelny, natomiast zakładka **Tabela** pozwoli uzyskać bardzo czytelny obraz aktywności pracowników (Rysunek 16-4).

Wiersze	Kolumny	Kolumny 1	Wartość			
EKSPEDYTOR	MIESIAC		WARTOSC_NETTO			
		10	11	12	Razem	Średnia
mgr farm. XXX YYYY		19160,15	8481,95	0,00	27642,09	9214,03
tech. farm. Kazimierz Odnowiciel		58903,29	36246,25	33274,71	128424,24	42808,08
tech. farm. Maria Skłodowska		37394,96	35600,95	41378,57	114374,48	38124,83
mgr farm. Karol Wielki		0,00	25088,02	35552,70	60640,72	20213,57
Razem		115458,39	105417,17	110205,98	331081,54	110360,51
Średnia		28864,60	26354,29	27551,49	82770,38	27590,13

Rysunek 16-4 Tabela przestawna

Definiowanie układu:

Wiersze - określamy wymiar agregacji (grupowania) informacji w pionie,

Kolumny - określamy wymiar agregacji (grupowania) w poziomie,

Kolumny 1 – możemy określić drugi wymiar agregacji w poziomie - agregacja w poziomie będzie oparta na iloczynie wymiarów Kolumny i Kolumny 1 (na przykład rok i kwartał).

Wartość - określamy rodzaj informacji agregowanej,

Pokaż różnicę - możemy zobaczyć na raporcie, zamiast wartości, jej różnicę:

- do średniej,
- do średniej %,
- do sumy,
- do sumy %,
- do poprzedniego okresu,
- do poprzedniego okresu %.

Przesunięcie - określimy szereg bazowy dla ustawienia "pokaż różnicę: do poprzedniego okresu".

16.6 Definiowanie analiz

Stosunkowo nieskomplikowane analizy można definiować samodzielnie. Do zdefiniowania najprostszycy raportów wystarczy:

- Określić sposób agregowania danych - zakładka **Grupowanie**. Jeśli podamy więcej niż jedno pole, program będzie agregował dane po iloczynie wartości podanych pól,
- Określić rodzaje informacji, jakie mają być agregowane - zakładka **Widoczne pola**
- Ewentualnie "przesiać" dane, poprzez zdefiniowanie filtra - zakładka **Filtr/SQL**.

Bardzo użyteczne w analizach mogą być klasyfikacje (grupy) produktów lub klientów. Mogą one wystąpić w definicji raportu jako pole grupujące lub warunek w filtrze. Aby tak było, w zakładce

Nagłówek należy podać odpowiednie klasyfikacje:

Grupuj wg klasyfikacji - tu podajemy nazwę klasyfikacji towarów, którą wykorzystamy do agregowania danych (zakładka **Grupowanie** pole **Klasyfikacja**).

Filtruj wg klasyfikacji - tu podajemy nazwę klasyfikacji towarów, którą wykorzystamy w definicji filtra (zakładka **Filtr/SQL** pole **Klasyfikacja filtrująca**).

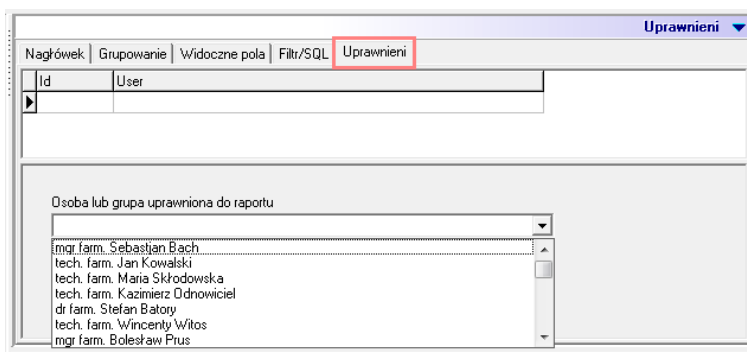
Klasyfikacja odbiorców - tu podajemy nazwę klasyfikacji odbiorców (pacjentów), którą wykorzystamy do agregowania danych (zakładka **Grupowanie** pole **Klasyfikacja odbiorców**).

Przedział i **Pole grupujące** - możemy agregować dane po zdefiniowanych przedziałach wartości dla wybranego pola (na przykład przedziały cenowe). W pierwszej kolejności musimy zdefiniować przedziały wartości w **System** → **Parametry programu** → **Przedziały analiz**. Jeden zestaw przedziałów ma ten sam **Numer**. Wpisujemy ten numer w pole **Przedział**, a w **Pole grupujące** wskazujemy pole, po którym chcemy agregować przedziałami.

Pozostałe pola wykorzystywane są w analizach stworzonych w oparciu o język SQL. Dla niektórych z nich należy odpowiednio, to jest w sposób opisany w polu **Opis**, podać dodatkowe warunki analizy. Raporty napisane w języku SQL charakteryzują się tym, że w zakładce **Nagłówek** pole **Wpisany SQL** jest zaznaczone, w zakładce **Filtr/SQL** znajduje się odpowiednie zapytanie do bazy danych, napisane w języku SQL, a w zakładce **Widoczne pola** wypełnione jest pole **Nazwy pól dla wpisanego SQL**. Tworzenie analiz tego rodzaju, wymaga od użytkownika umiejętności posługiwania się językiem SQL na dobrym poziomie. Pełną informację na temat tego typu analiz, można uzyskać bezpośrednio w Infofarm.

16.7 Osoby uprawnione do przeglądania raportów

Raport może zawierać dane wrażliwe o przedsiębiorstwie, czy objęte tajemnicą handlową, dlatego też może zaistnieć potrzeba limitowania dostępu do poszczególnych analiz. Do tego celu służy zakładka „**Uprawnieni**” (Rysunek 16-5). Jeżeli żadna osoba nie jest wskazana, jako osoba uprawniona do danej analizy, to wtedy wszyscy użytkownicy mają dostęp do tej analizy. Z kolei dopisanie choćby jednej osoby jako uprawnionej, blokuje dostęp do raportu pozostałym użytkownikom. Można operować zarówno konkretnymi użytkownikami, jak i grupami użytkowników.



Rysunek 16-5 Osoby z dostępem do analizy

16.8 Automatyczne przeliczanie raportów

Uruchomienie programu **Infofarm** z wpisaniem w linii poleceń **AKTRAP**, powoduje przeliczenie analiz z zaznaczonym parametrem **Obliczaj automatycznie**. Dzięki temu, za pomocą programu **Iftlo** można cyklicznie, na przykład codziennie, automatycznie aktualizować wybrane raporty. Mechanizm może mieć zastosowanie do raportów, których przeliczenie jest czasochłonne lub do analiz typu **Business Intelligence by Infofarm**, o czym w rozdziale

następnym. Więcej o **Iftlo** w rozdziale **Harmonogram zadań automatycznych**, w instrukcji użytkownika programu Infofarm dla apteki. Analizy przeliczają się tylko dla użytkownika podanego w wywołaniu.

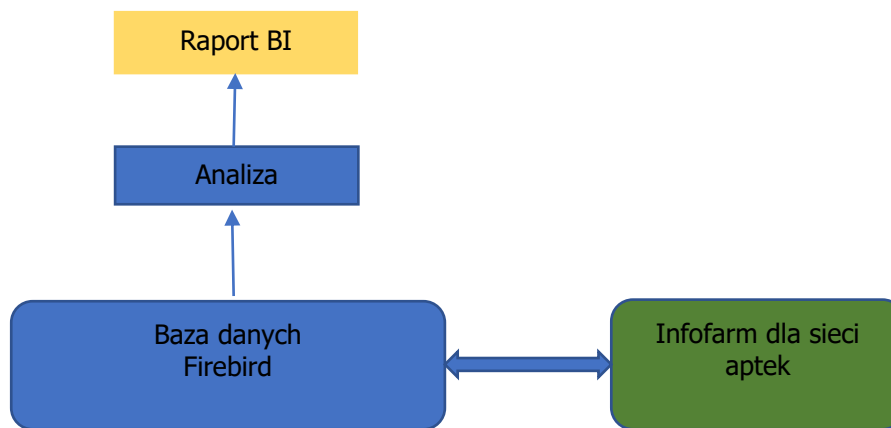
17 Program MS Excel jako narzędzie analiz BI

17.1 Wprowadzenie

Program MS Excel jest powszechnie wykorzystywanym narzędziem do analizy i prezentacji informacji. Raporty przygotowywane w tym narzędziu mogą być podpięte do bazy danych programu Infotarm dla sieci aptek i czerpać stamtąd dane bezpośrednio. Te dwie cechy - powszechna znajomość tego narzędzia i możliwość zintegrowania go z bazą danych, oraz możliwość pracy w chmurze, czyni MS Excel bardzo użytecznym narzędziem analitycznym dla menedżerów sieci aptek.

17.2 Schemat działania analiz BI w MS Excel

Sposób działania raportów Infotarm BI przedstawia poniższy schemat.



Tak, jak dotychczas w pierwszym kroku zostanie policzona odpowiednia analiza lub kilka analiz. Ale stanie się to automatycznie, zwykle w cyklu dobowym, w czasie po zsynchronizowaniu danych ze wszystkich aptek. Kiedy otworzymy arkusz w programie MS Excel, dane zaktualizują się same, bez wykonywania jakichkolwiek dodatkowych czynności. Nie ma oczywiście technicznych przeszkód, by arkusz został podpięty bezpośrednio do tabel bazy danych programu Infotarm dla sieci aptek, a nie tabel wynikowych analiz.

17.3 Ogólne zasady przygotowania raportu

Prace nad przygotowaniem nowego raportu, przebiegają w sposób następujący:

1. Opracowanie koncepcji raportu, poprzez określenie, jakie informacje i w jaki sposób mają być zaprezentowane (tabele, wykresy, formatowanie warunkowe).
2. Określenie, jakie dane źródłowe będą potrzebne i jakie do tego celu należy przygotować analizy w programie Infotarm dla sieci aptek. Raport może zawierać dane pochodzące z różnych źródeł.
3. Opracowanie potrzebnych analiz w programie Infotarm dla sieci aptek i uruchomienie automatycznej ich aktualizacji.
4. Opracowanie raportu (arkusza Excel) i podpięcie go do odpowiednich tabel w bazie danych Firebird.

5. Uruchomienie raportu i „przekazanie” go bezpośrednim użytkownikom.

17.4 Prace przygotowawcze

17.4.1 Instalacja sterownika ODBC do Firebird'a

By arkusze kalkulacyjne mogły pobierać dane z bazy danych programu Infofarm dla sieci aptek, należy na każdym komputerze, na którym uruchamiany będzie MS Excel zainstalować sterownik ODBC do Firebirda.

Co to jest ODBC?

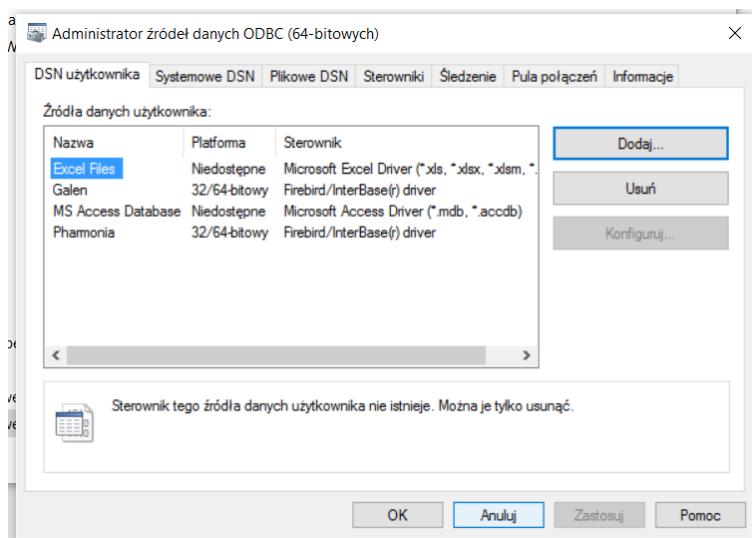
Za Wikipedią:”... **ODBC** (ang. *Open DataBase Connectivity* - otwarte łącze baz danych) - interfejs pozwalający programom łączyć się z systemami zarządzającymi [bazami danych](#). Jest to [API](#) niezależne od [języka programowania](#), [systemu operacyjnego](#) i bazy danych. Standard ten został opracowany przez [SQL Access Group](#) we wrześniu 1992 roku. W skład ODBC wchodzi wywołania wbudowane w aplikacje oraz sterowniki ODBC...”. Natomiast sterownik ODBC do Firebirda, jest to sterownik do bazy danych, na której pracują programy Infofarm, o takiej właśnie nazwie.

Sterownik ODBC do Firebirda można ściągnąć i zainstalować ze strony <http://www.firebirdsql.org/en/odbc-driver/>

Uwaga! Windows 10 ma standardowo zainstalowany ten sterownik!

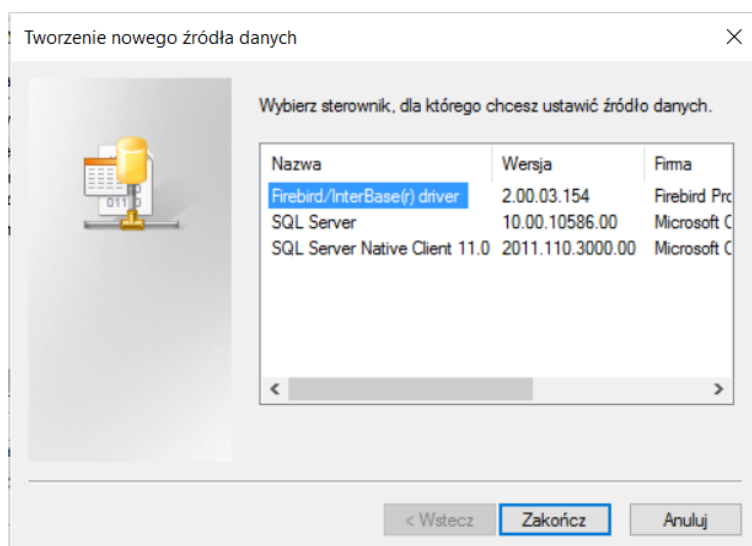
17.4.2 Konfiguracja źródła danych

W następnej kolejności musimy zdefiniować nowe źródło danych w systemie Windows. W tym celu uruchamiamy: **Panel sterowania**→**Narzędzia administracyjne**. I uruchamiamy **Źródła danych ODBC** (odpowiednio 32 lub 64 – bitowe).



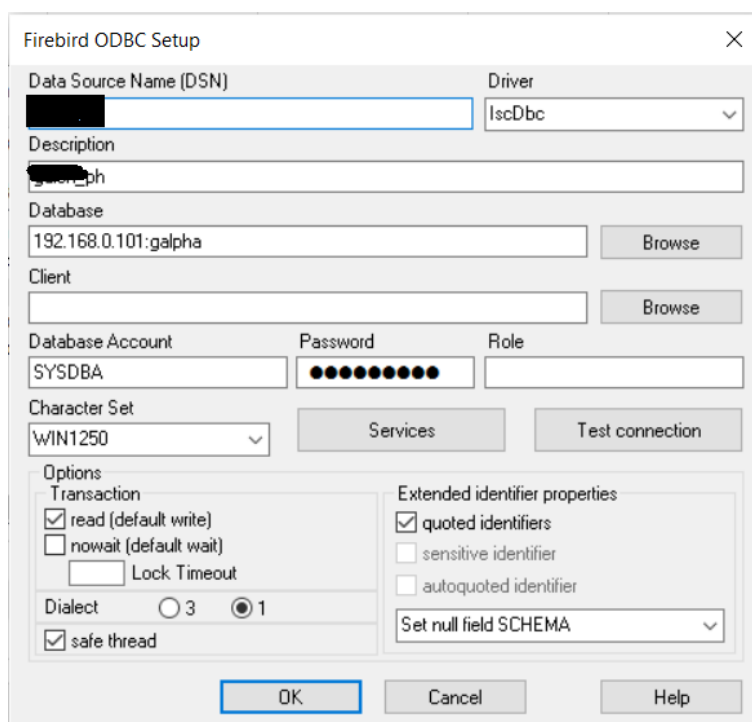
Rysunek 17-1 Źródła danych ODBC

Wciskamy guzik **Dodaj**.



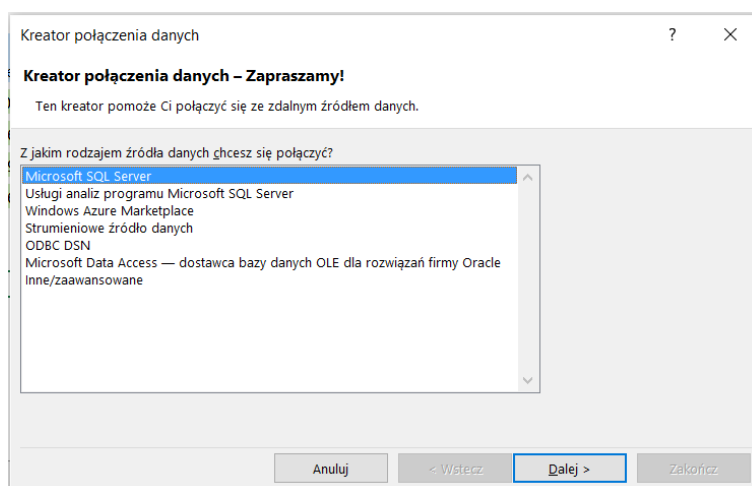
Rysunek 17-2 Nowe źródło danych ODBC

Wskazujemy **Firebird/InterBase(r) driver** i wciskamy **Zakończ**.



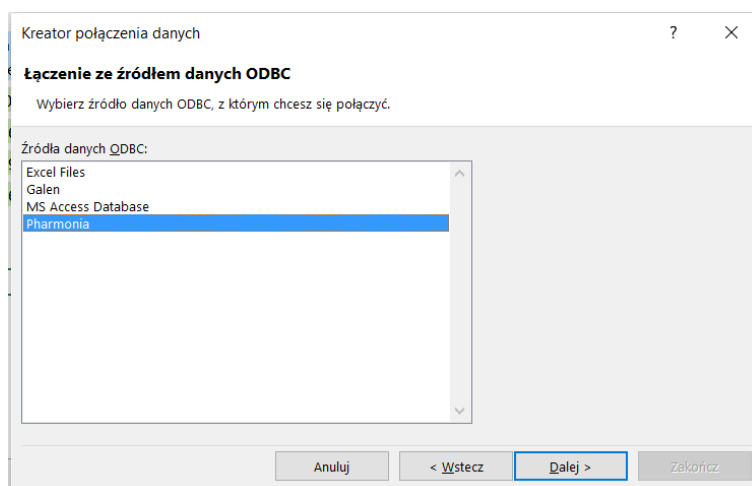
Rysunek 17-3 Parametry źródła danych ODBC

Wypełniamy poszczególne pola. Tu najlepiej skorzystać z pomocy Infofarm. I wciskamy **OK**. Nowe źródło danych zostało skonfigurowane. Aby to sprawdzić, przechodzimy do programu MS Excel i na dowolnym arkuszu uruchamiamy **Dane→Z innych źródeł→Z kreatora połączenia danych**.



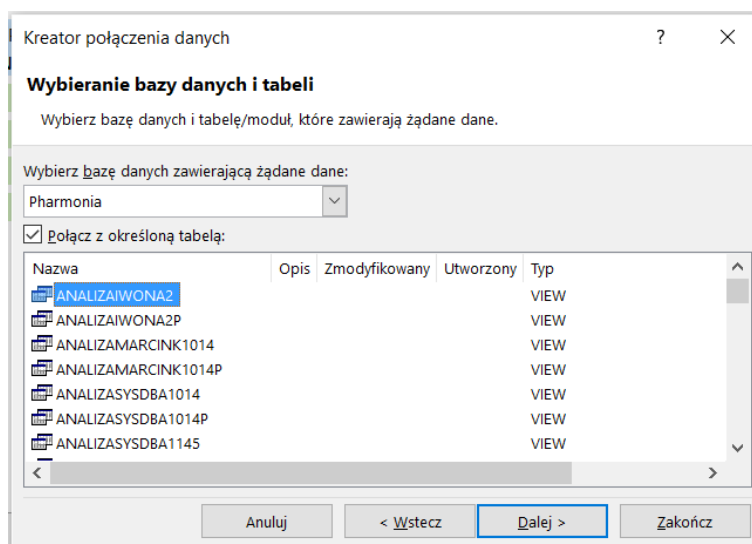
Rysunek 17-4 Kontrola źródła danych ODBC

Wskazujemy **ODBC DNS** i wciskamy **Dalej**. Na wyświetlonej liście powinno pojawić się nasze nowe źródło danych.



Rysunek 17-5 Lista dostępnych źródeł danych

Wskazujemy je i wciskamy **Dalej**. Na ekranie powinna pojawić się lista tabel z charakterystycznymi dla Infarm nazwami, zaczynającymi się od „ANALIZA”

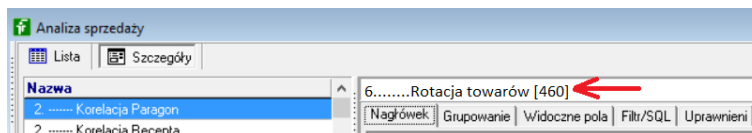


Rysunek 17-6 Widok na tabele bazy danych Infarm

Gotowe. Teraz możemy już wykorzystywać dane z programu Infarm dla sieci aptek w arkuszach MS Excel.

17.4.3 Analiza jako źródło danych

W efekcie uruchomienia obliczeń w analizie (Guzik **Przygotuj**), powstaje tabela z wynikami. Taka tabela ma nazwę utworzoną w sposób następujący: „AANALIZA[LOGIN][IDENTYFIKATOR ANALIZY]”. Identyfikator analizy widoczny jest w pasku u góry (Rysunek 17-7).



Rysunek 17-7 Identyfikator analizy

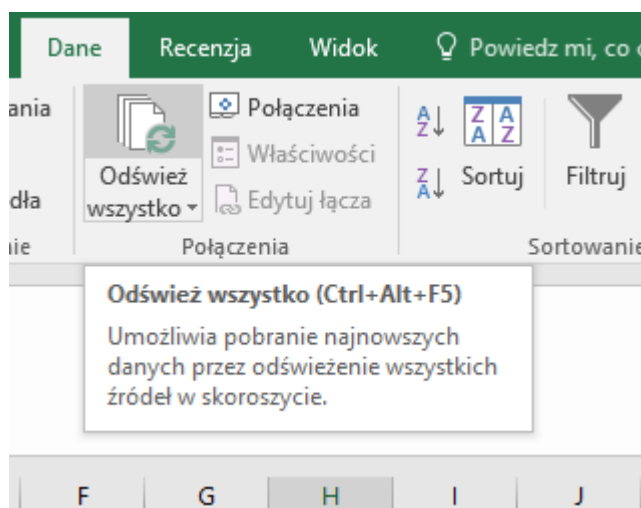
Przykładowo, wyniki analizy o identyfikatorze 325, którą „obliczył” użytkownik o loginie „MateuszM”, będzie miała nazwę: „AANALIZAMATEUSZM325”.

Kiedy znamy nazwę poszukiwanej w bazie danych tabeli, łatwo wskażemy ją jako źródło danych ODBC DNS w arkuszu MS Excel.

17.5 Korzystanie z analiz BI w MS Excel

Korzystanie z analizy BI będzie przebiegało według następującego scenariusza:

1. Obliczenie odpowiedniej analizy dla potrzebnego przedziału czasu. Tu postępujemy tak samo, jak dotychczas. Mamy jednak możliwość zautomatyzowania procesu aktualizacji analiz, ale tylko takich, które nie wymagają aktualizacji przedziału czasowego.
2. Odświeżenie danych w arkuszu MS Excel (Rysunek 17-8). Należy być wpiętym w sieć lokalną, gdzie jest baza danych. W praktyce, wystarczy, że nasz laptop podepnie się poprzez łącze wifi do sieci.



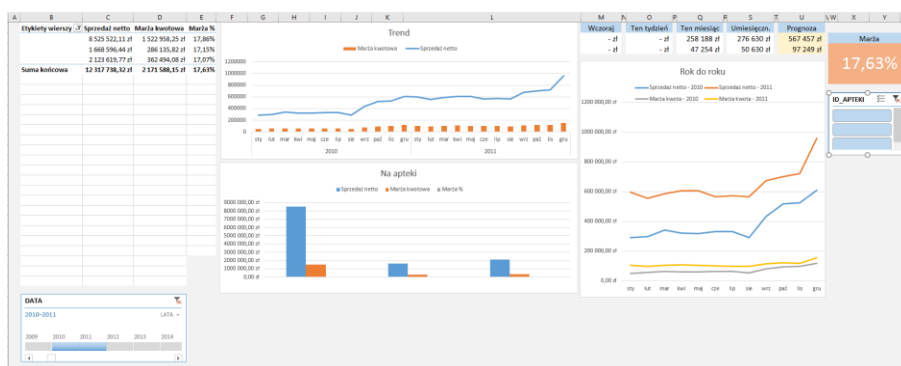
Rysunek 17-8 Odświeżanie danych w MS Excel

- Przeglądanie raportu w programie MS Excel. Po odświeżeniu danych w arkuszu, możemy się już „odłączyć” od bazy danych, bo wszystkie dane są już w arkuszu. Raporty mają zwykle formę raportów interaktywnych i są wyposażone w zestaw tak zwanych fragmentatorów (filtrów), dzięki którym możemy szybko przesiewać dane według wielu kryteriów.

17.6 Biblioteka raportów BI

Infarm opracowuje i udostępnia użytkownikom programu Infarm dla sieci aptek raporty BI. Oto przykładowe raporty:

- Marża – interaktywny raport, prezentujący dwie podstawowe wielkości ekonomiczne – sprzedaż netto i marża kwotowa, we wszystkich możliwych przekrojach, z możliwością śledzenia trendów i porównywania ich rok do roku. Powinien zainteresować właścicieli i top management. Poniżej zrzut ekranu z widokiem na panel główny.



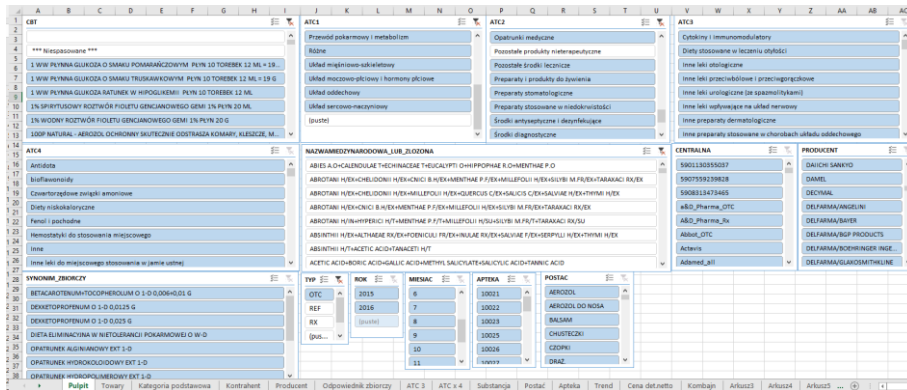
Rysunek 17-9 Raport BI „Marża”

Raporty wyposażony jest w dwa filtry, pozwalające określić listę aptek, dla których mają być prezentowane dane i przedział czasu. Można wskazać wiele lat, ale i jedno konkretny dzień.

Jeśli raport jest aktualizowany na bieżąco, to w prawym górnym rogu zwraca informację o sprzedaży i marży zrealizowanej dnia poprzedniego, w tygodniu i miesiącu, oraz prognozę.

2. Zarządzanie asortymentem – to rozbudowany raport, prezentujący sprzedaż w wielu przekrojach, z bardzo rozbudowanym panelem filtrów, pozwalających na przesiewanie danych i uzyskanie informacji z czego nasze apteki żyją. W raporcie mamy kilka zakładek z przydaną informacją, przykładowo:

- Duża ilość filtrów, wymusiła by umieścić je w odrębnej zakładce „Pulpit” (Rysunek 17-10)



Rysunek 17-10 Raport – Zarządzanie asortymentem – pulpit sterowniczy

Filtry pozwalają nam na swobodne przesiewanie danych, w szczególności z uwagi na: wszystkie poziomy klasyfikacji anatomiczno-terapeutycznej, substancje aktywne, postać, producenta, analizowane okresy i apteki.

- Zakładka Towary, która prezentuje ranking produktów, spełniających określone w pulpicie kryteria. Przykładowo ranking środków przeciwbólowych zawierających paracetamol (Rysunek 17-11)

Towar	Sprzedż ilość	Sprzedż netto	Marża kwotowa	Średnia cena netto	Marża proc.	Marża kw. jedn.	IBOD	Koszt dziennej terapii	Mar wOOD
PEDICETAMOL 0,5 G/1 ML PŁYN 60 ML	344	717,54 zł	206,38 zł	15,91 zł	23,02%	3,09 zł	2,00	7,96 zł	1,84 zł
PARACETAMOL BIOFARM 0,5 G TABL. 20 TABL.	797	345,35 zł	514,77 zł	3,97 zł	45,23%	1,90 zł	3,33	1,19 zł	0,57 zł
PEDICETAMOL 0,5 G/1 ML PŁYN 30 ML	404	421,11 zł	376,25 zł	33,21 zł	29,39%	3,42 zł	1,00	13,11 zł	3,42 zł
PARANOL DLA DZIECI 0,12 G/5 ML ZAWIESINA 100 ML	435	518,20 zł	332,24 zł	12,48 zł	24,14%	3,06 zł	0,80	15,61 zł	3,81 zł
PARACETAMOL ATOFARM 0,5 G TABL. 20 TABL.	770	953,71 zł	651,49 zł	3,75 zł	36,13%	1,30 zł	3,33	1,12 zł	0,41 zł
ANAP JAKOIN 0,25 G GRANULAT DO TORSEK	323	112,27 zł	979,28 zł	12,70 zł	23,78%	3,09 zł	0,83	15,20 zł	3,85 zł
PARACETAMOL ATOFARM 0,12 G/5 ML ZAWIESINA 100 ML	133	142,04 zł	633,87 zł	6,42 zł	38,43%	2,47 zł	0,80	8,03 zł	3,09 zł
EPIFERALGAN 0,5 G TABL. 100 KAPSLE DO ŻYWIENIA	250	696,13 zł	775,96 zł	10,69 zł	28,61%	3,09 zł	2,67	4,80 zł	1,16 zł
EPIFERALGAN 0,15 G CZOPKI 60 CZOPKÓW	117	570,30 zł	392,40 zł	8,13 zł	29,09%	2,36 zł	0,50	16,25 zł	4,72 zł

Rysunek 17-11 Ranking produktów

Tabela prezentuje następujące dane: sprzedaż ilościowa, wartościowa, zrealizowana marża kwotowa, średnia marża procentowa, marża kwotowa jednostkowa, ilość definiowanych dawek dobowych w opakowaniu, dzienny koszt terapii dla osoby dorosłej, marża kwotowa w dawce dobowej. Ostatnia informacja pozwala na obiektywne porównywanie preparatów o różnej dawce i wielkości opakowania.

- Zakładka Producent, prezentująca ranking producentów produktów spełniających kryteria wskazane w pulpicie. W naszym przykładzie paracetamole (Rysunek 17-12).

3	Producent	Sprzedaż netto	Marża kwotowa	Marża procentowa
4	US PHARMACIA	277,75 zł	319,56 zł	2,02%
5	HASCO-LEK	582,41 zł	995,04 zł	1,50%
6	SEQUOIA	138,65 zł	382,70 zł	3,93%
7	BIOFARM	241,71 zł	589,95 zł	1,49%
8	BRISTOL-MYERS SQUIBB	770,36 zł	561,43 zł	9,21%
9	BIO-PROFIL POLSKA	225,06 zł	541,34 zł	1,67%
10	AFLOFARM	518,98 zł	373,51 zł	6,41%
11	GLAXOSMITHKLINE	AFLOFARM (PRODUCENT) Wiersz: AFLI	845,95 zł	5,16%
12	FARMINA	RM	647,93 zł	1,18%
13	MCNEIL	345,60 zł	569,29 zł	4,27%
14	ANGELINI	240,36 zł	373,66 zł	0,12%
15	GALENA	780,58 zł	245,43 zł	1,44%
16	LABORATORIUM GALENOWE OLSZTYN	756,60 zł	158,33 zł	0,93%
17	SENSILAB POLSKA	367,78 zł	115,48 zł	1,40%
18	SYNOPTIS	318,04 zł	81,17 zł	5,52%
19	FILOFARM	266,47 zł	79,90 zł	9,98%
20	HERBAPOL WROCŁAW	279,09 zł	60,02 zł	1,50%
21	GLAXOSMITHKLINE, POZNAŃ	121,92 zł	43,48 zł	5,67%
22	POLFARMEK	82,06 zł	18,61 zł	2,68%
23	GEDEON RICHTER POLSKA	24,78 zł	9,40 zł	7,94%
24	ACTAVIS	23,62 zł	7,16 zł	0,33%
25	INPHARM/BRISTOL-MYERS SQUIBB	9,74 zł	2,62 zł	6,90%
26	Suma końcowa	107 607,12 zł	107 607,12 zł	5,52%

Rysunek 17-12 Ranking producentów

- Ranking terapeutyczny

3	Grupa terapeutyczna	Sprzedaż netto
4	Witaminy	502 846,24 zł
5	Leki stosowane w kaszlu i przeziębieniu	600 403,15 zł
6	Leki przeciwbólowe	366 039,35 zł
7	Leki przeciwzapalne i przeciwreumatyczne	271 240,03 zł
8	Leki przeciwbiegunkowe, przeciwzakaźne, przeciwzapalne stosowane w chorobach przewodu pokarmowego	978 089,62 zł
9	Leki stosowane w chorobach nosa	914 496,15 zł
10	Leki stosowane w chorobach gardła	844 721,48 zł
11	Preparaty i produkty do żywienia	756 524,88 zł
12	Leki ochraniające ścianę naczyń	712 619,25 zł
13	Preparaty stomatologiczne	658 273,59 zł
14	Leki do stosowania miejscowego w bólach stawów i mięśni	649 387,70 zł
15	Leki oftalmologiczne	607 576,03 zł
16	Leki stosowane w chorobach dróg żółciowych i wątroby	464 678,37 zł
17	Leki wzmacniające	448 557,25 zł
18	Związki mineralne	392 146,46 zł
19	Leki stosowane w zaburzeniach wydzielania soku żołądkowego	353 423,10 zł
20	Leki stosowane w czynnościowych zaburzeniach przewodu pokarmowego	350 620,13 zł
21	Leki przeciwwirusowe do stosowania wewnętrznego	344 619,76 zł
22	Leki przeczyszczające	333 611,95 zł
23	Leki urologiczne	318 768,22 zł
24	Inne leki wpływające na układ nerwowy	291 358,04 zł
25	Inne leki ginekologiczne	289 162,01 zł
26	Leki psycholeptyczne	287 588,39 zł

Rysunek 17-13 Ranking terapeutyczny

19 Centralne zarządzanie wierzytelnościami

19.1 Wprowadzenie

Moduł **Płatności** służy do zarządzania wierzytelnościami w sposób scentralizowany oraz mieszany. Mieszany sposób polega na tym, że część wierzytelności jest regulowanych centralnie, a część lokalnie, na poziomie apteki. Dane dostępne z poziomu modułu **Płatności** obejmują z jednej strony wszystkie faktury wygenerowane lub wprowadzone we wszystkich aptekach, oraz zarejestrowane operacje zapłaty i „przeniesione” do centrali w procesie synchronizacji baz danych aptek i centrali. Z drugiej strony zaewidencjonowane w centrali, w programie InfofarmPharmonia operacje zapłaty.

W szczególności, moduł **Płatności** pozwala na uzyskanie informacji o należnościach i zobowiązaniach, o fakturach do zapłaty i terminach ich wymagalności. Moduł umożliwia sporządzenie wszystkich dokumentów związanych z wierzytelnościami – poleceń przelewów, uzgodnień sald, wezwań do zapłaty, not odsetkowych. Pozwala również na zapisanie danych o płatnościach (przelewach) do pliku obsługiwanego przez elektroniczne systemy bankowe. Aktualnie program obsługuje format BSK/Eliksir i VideoTel (**Parametry ogólne**→**Księgowość**).

W module **Płatności** na poziomie apteki faktury sprzedaży (należności) i zakupu (zobowiązania) z odroczonym terminem płatności są rejestrowane automatycznie. W szczególności:


- Faktury – dostawy – w momencie wciśnięcia guzika **F11-Zaksięguj**.
- Faktury sprzedaży zapleczone – tak jak faktury – dostawy.
- Faktury sprzedaży ekspedycyjne – w momencie rozliczenia pacjenta/kontrahenta.

Ponadto faktury zakupu kosztowe wprowadzane od rejestru VAT mogą być przeksięgowane do rozrachunków. Więcej na ten temat w opisie do rejestrów VAT w Podręczniku użytkownika program InfofarmApteka+. Następnie wszystkie te informacje są synchronizowane do bazy danych w centrali.

Informacje o płatnościach wpisuje osoba prowadząca rozrachunki w centrali. Do dyspozycji są dwie metody:

- Uproszczona – polega na tym, że w momencie regulowania zapłaty (lub odnotowywania, że należność została uregulowana), zaznaczamy faktury jako zapłacone,
- Pełna – polega na prowadzeniu ewidencji dla operacji kasowych i bankowych. W praktyce polega to na rejestrowaniu wyciągów bankowych i sporządzaniu dokumentów kasowych KW – kasa wyda lub KP – kasa przyjmie, oraz dziennych raportów kasowych.



Aby uruchomić moduł, wciśnij , na ekranie pojawi się okno, jak na rysunku 16-10.

Nazwa	NIP	Należności	Zobowiązania	Saldo	Należności na dzień	Zobowiązania na dzień	Saldo na dzień
		810,16	1406,37	-796,21	0,00	1406,37	-1406,37
		434,82	971,73	-537,11	0,00	971,73	-971,73
		6994,79	22088,31	-15103,52	0,00	22088,31	-22088,31
		0,00	503,41	-503,41	0,00	503,41	-503,41
		0,00	231,00	-231,00	0,00	231,00	-231,00
		0,00	3193,24	-3193,24	0,00	3193,24	-3193,24
		0,00	778,81	-778,81	0,00	778,81	-778,81
Do zapłaty na dzień		0,00	Zobowiązania 4409428,91	Saldo -4409428,91			
Ogółem widoczni kontrahenci		Należności 8141,82	Zobowiązania 4409551,41	Saldo -4401409,49			

Rysunek 19-1 Rozrachunki - Kontrahenci

W tabeli **Kontrahenci** kolumny zawierają następującą informację:

Zobowiązania - łączna kwota zobowiązań wobec kontrahenta;

Należności - łączna kwota należności od kontrahenta;

Saldo - saldo należności i zobowiązań wobec kontrahenta (zobowiązania - wartość ujemna);

Zobowiązania na dzień - jeżeli użyto filtr z terminem płatności, w tej kolumnie znajdzie się informacja o zobowiązaniach wymagalnych na podany dzień;

Należności na dzień i **Saldo na dzień** - analogicznie.

W dolnej części ekranu znajduje się informacja łączna, dotycząca wszystkich kontrahentów. W pierwszym wierszu zgodnie z aktywnym filtrem (na przykład zobowiązania z zadany terminem płatności), w drugim łącznie dla wszystkich wyfiltrowanych kontrahentów (wymagalne i nie wymagalne).

Szczegółowa informacja dotycząca konkretnego kontrahenta znajduje się w zakładce **Faktury → Rozrachunki** (Rysunek 19 -2).

Data wystawienia	Data płatności	Numer Faktury	Wartość sprzedaż	Wartość zakup	Należność	Zobowiązanie	Odsetki	Saldo	Waluta
01-05-2009	15-07-0009	35564/PVT/09/1/1		1063,51	1063,51		0,00	-1063,51	PLN
02-06-2009	17-07-0009	398864/PVT/09/1/1		476,00		476,00	0,00	-476,00	PLN
02-06-2009	17-07-0009	398413/PVT/09/1/1		1393,95		1393,95	0,00	-1393,95	PLN
03-06-2009	18-07-0009	401123/PVT/09/1/1		1211,15		1211,15	0,00	-1211,15	PLN
05-06-2009	20-07-0009	409282/PVT/09/1/1		965,53		965,53	0,00	-965,53	PLN
04-06-2009	20-07-0009	404526/PVT/09/1/1		1241,99		1241,99	0,00	-1241,99	PLN
04-06-2009	20-07-0009	406220/PVT/09/1/1		1048,95		1048,95	0,00	-1048,95	PLN
06-06-2009	21-07-0009	410436/PVT/09/1/1		41,72		41,72	0,00	-41,72	PLN
07-06-2009	22-07-0009	411502/PVT/09/1/1		971,64		971,64	0,00	-971,64	PLN
08-06-2009	23-07-0009	414150/PVT/09/1/1		1173,47		1173,47	0,00	-1173,47	PLN
10-06-2009	25-07-0009	418220/PVT/09/1/1		990,93		990,93	0,00	-990,93	PLN

Rysunek 19-2 Rejestr faktur i zapłat dla kontrahenta

W kolumnach:

Wartość sprzedaż/Wartość zakup - wartość brutto faktury.

Należność/Zobowiązanie - pozostała do spłaty kwota do danej faktury (mniejsza od wartości faktury, jeśli były płatności częściowe).

Odsetki - program, w momencie zarejestrowania zapłaty nalicza odsetki, jeśli termin zapłaty jest późniejszy od terminu płatności. Według stóp procentowych, określonych w **System → Parametry programu → Księgowość → Jednostki księgowe**. Odsetki są naliczane i wpisywane do kolumny w każdym przypadku. Dla należności stanowią podstawę

do wystawienia noty odsetkowej, dla zobowiązań - informują o ewentualnym długu z tytułu odsetek od przeterminowanych zobowiązań.

Widok w „pionie” jest uzależniony od użytego filtra (wszystkie faktury lub tylko nie zapłacone, itp.)

Operacje



Aby wykonać operacje na fakturach rozrachunkowych:

1. Zaznacz faktury, których operacja dotyczy. W tym celu albo:

Wskaż fakturę i kliknij - faktura zostanie zaznaczona;

Użyj klawisza Ctrl i kliknij na kilka faktur - zostaną zaznaczone;

Użyj klawiszy **Shift+** "□□" by zaznaczyć kilka faktur znajdujących się obok siebie.

Faktura zaznaczona, ma po lewej stronie oznaczenie  lub . Pod listą faktur program wyświetli informację: **Suma zaznaczonych 3528,63**.

2. Wciśnij **F11-Operacje** i **Przelew** lub **Ctrl+P** by wydrukować przelew dla zaznaczonych faktur (metoda uproszczona).

3. Wciśnij **F11-Operacje** i **Zaznacz jako zapłacona** lub **Ctrl+Z** by zaznaczyć faktury jako zapłacone (metoda uproszczona).

4. Aby skompensować faktury wybierz **F11-Operacje** i **Kompensata zaznaczonych** (metoda uproszczona). Przydatne, gdy występują faktury korygujące i przy kontrahentach, którzy są równocześnie dostawcami i odbiorcami. Przy kompensacie możesz wydrukować stosowny dokument.

Dla opcji **Kompensata automatyczna** program sam skompensuje (bez zaznaczania), jeśli taka możliwość istnieje.

Noty odsetkowe, Wezwania do zapłaty i Uzgodnienia sald możesz sporządzać dla jednego lub dla wszystkich kontrahentów równocześnie (**F11-Operacje** i **Wydruki dla aktualnego kontrahenta** lub **Wydruki dla wszystkich** odpowiednio). Treść stopki i nagłówek dla not, wezwań i uzgodnień sald określisz w **System** → **Parametry programu** → **Parametry ogólne** zakładka **Księgowość**.

19.1.1 Prowadzenie rozrachunków metodą pełną

Korzystając z modułu **Księgowość** → **Kasy-Rachunki bankowe**, zarejestrujemy każdą płatność - gotówkową i przelewową, o czym w następnym rozdziale.

19.2 Kasy-Rachunki bankowe

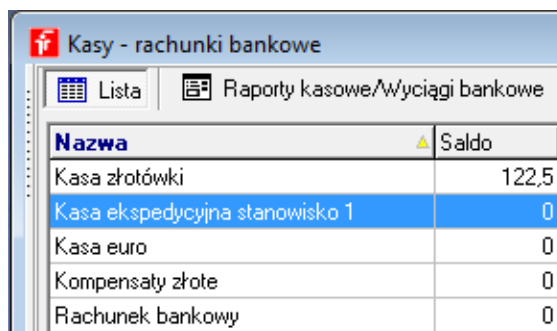
Moduł **Kasy - Rachunki bankowe** służy do ewidencjonowania obrotu pieniężnego, zarówno kasowego, jak i obrotów na rachunkach bankowych. Umożliwia:

- sporządzanie dokumentów kasowych KP, KW;
- sporządzanie raportów kasowych;
- drukowanie przelewów;
- ewidencjonowanie wyciągów bankowych.

Operacje kasowe i bankowe dotyczące należności lub zobowiązań są rejestrowane w pozwiązaniu z rozrachunkami (moduł **Płatności – metoda pełna**).

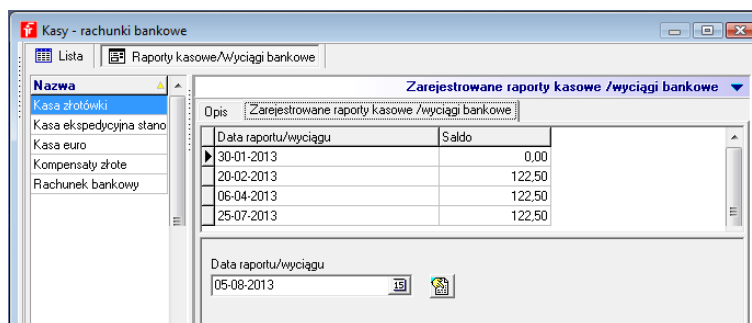
Moduł pozwala prowadzić ewidencję dla dowolnej ilości kas i rachunków bankowych.

Uruchamiamy **Księgowość → Kasy-Rachunki bankowe** (Rys.19-3).




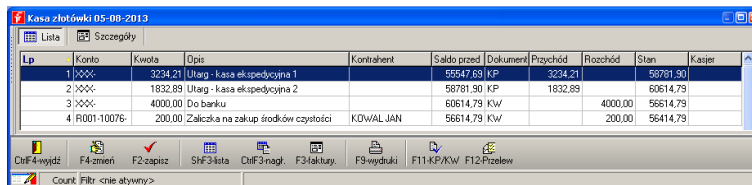
Rysunek 19-3 Kasy/Rachunki bankowe

Wskazujemy właściwą kasę/rachunek bankowy i wchodzimy w zakładkę **Raporty kasowe/Wyciągi bankowe** (Rys. 19-4).



Rysunek 19-4 Rejestr dziennych raportów kasowych/wyciągów bankowych

Wskazujemy **Datę raportu/wyciągu** i wciskamy , by otworzyć raport/wyciąg z wskazanego dnia (Rys. 19-5).



Rysunek 19-5 Dzienny raport kasowy

Wciskamy **Ins** lub , aby zarejestrować operację kasową/bankową.

Rodzaj dokumentu: KP - przychody kasowe/bankowe

KW - rozchody kasowe/bankowe

Jeżeli rejestrowana operacja dotyczy płatności za fakturę (lub kilka faktur):

- wskazujemy kontrahenta,
- przechodzimy do zakładki **Płacone faktury** i wskazujemy płacone faktury - **Ins** i wybieramy z listy, powtarzamy dla kolejnych, płaconych faktur (Rys. 19-6)

Dokument Płacone faktury						
Kwota	Numer faktury	Data płatn.	Data wyst.	Odsetki	Kwota faktury	
5644,9	FM616065FVT101/1	27-09-0011	27-09-2011	26653,2073		

Faktura						
FM616065FVT101/11						
5644,90	27-09-0011	FM616065FVT101/11				
2200,00	28-06-2013	123456777				
5644,9						

Rysunek 19-6 Płacone faktury

F11 - wydruk dokumentu kasowego (KP, KW odpowiednio);

F12 - wydruk przelewu/zapisanie danych do pliku.

F9 → **Raport kasowy** - wydruk raportu kasowego

Definiowanie kas/rachunków bankowych

Aby zdefiniować nową kasę/rachunek bankowy, ustawiamy się na zakładce **Lista** i wciskamy **Ins** lub **+**. Następnie, w zakładce **Opis** podajemy nazwę (np. PEKAO Rachunek bankowy) i jednostkę (wybierz 001 - PLN). Dalej wciśnij **F2** lub **✓**. W pole numer konta wpisujemy dowolny ciąg znaków.