

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΘΕΜΑ: Η ΧΡΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ /
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια : Β. Μάνθου

Ζωή Χαραλαμπίδου, Α.Μ.: Μ 79/04

Θεσσαλονίκη 2005

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ
 - 1.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΗΣ
 - 1.2 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ
 - 1.3 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ
 - 1.4 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΡΙΤΟΥΣ

2. Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΤΙΣ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΕΣ
 - 2.1 ERP
 - 2.2 CRM
 - 2.3 LOGISTICS
 - 2.4 SCM
 - 2.5 INVENTORY CONTROL SYSTEMS
 - 2.6 WMS
 - 2.7 FLEET MANAGEMENT SYSTEMS
 - 2.8 ΑΛΛΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ
 - 2.9 Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΙΣ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΕΣ

3. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ : Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε
 - 3.1 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ
 - 3.2 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ
 - 3.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ – ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΕΠΙΛΟΓΟΣ

5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Η αγορά στην οποία ζούμε είναι έντονα ανταγωνιστική. Οι επιχειρήσεις για να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν, πρέπει καθημερινά να ελέγχουν καλύτερα τις επιχειρησιακές τους διαδικασίες και να διαχειρίζονται καλύτερα τους επιχειρησιακούς τους πόρους. Σε αυτή την κρίσιμη διαδικασία τα Πληροφοριακά Συστήματα –με επικεφαλής τα ERP- μπορούν να βοηθήσουν αποτελεσματικά την επιχείρηση να γίνει περισσότερο ευέλικτη και να επιτύχει υψηλότερα επίπεδα ανταγωνιστικότητας. Η επιλογή του κατάλληλου πληροφοριακού συστήματος, του κατασκευαστή αλλά και της εταιρίας που το υποστηρίζει, είναι μια κρίσιμη απόφαση που πρέπει να πάρει η επιχείρηση με σύνεση και βασιζόμενη στα κατάλληλα κριτήρια. Στο σημερινό άκρως ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, ο ρόλος της τεχνολογίας – και ειδικότερα των λύσεων που αφορούν στην ενδο-επιχειρησιακή οργάνωση- είναι ιδιαίτερα σημαντικός όσον αφορά στην προσπάθεια δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για μια επιχείρηση, καθώς συμβάλλει στην αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων, τη μείωση του λειτουργικού κόστους και τη βελτίωση της συνολικής απόδοσης σε όλα τα επίπεδα. Όμως, η τεχνολογία από μόνη της δεν αρκεί. Ευθυγραμμίζοντας τις τεχνολογικές επενδύσεις με τους επιχειρηματικούς στόχους, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να εξασφαλίσουν πραγματικά ότι οι επενδύσεις τους σε ενδο-επιχειρησιακή οργάνωση συμβάλλουν στη συνολική επιχειρηματική ανάπτυξη και να επωφεληθούν από τα αναμενόμενα πλεονεκτήματα της υιοθέτησης καινοτόμων τεχνολογιών και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Για να μπορεί η διοίκηση να καταλάβει πως και από πού θα περιορίσει τα κόστη και θα αυξήσει την αποδοτικότητα, χρειάζεται βελτιωμένη εικόνα της συνολικής κατάστασης της επιχείρησης και πρόσβαση στην πληροφορία ώστε να πάρει τις σωστές αποφάσεις.

Η γνώση της ωφέλειας που προκύπτει για τις επιχειρήσεις με τη χρήση της πληροφοριακής τεχνολογίας και των αντίστοιχων συστημάτων είναι το κλειδί για την προώθηση αυτών των λύσεων και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Η ανάλυση που ακολουθεί επικεντρώνεται στην επιχειρηματική πραγματικότητα των φαρμακαποθηκών και στους τρόπους που τα πληροφοριακά συστήματα και η πληροφοριακή τεχνολογία μπορούν να επέμβουν στη λειτουργία τους. Γίνεται μια περιγραφή του κυκλώματος συναλλαγών μιας φαρμακαποθήκης και ακολουθεί εκτενής περιγραφή ορισμένων πληροφοριακών συστημάτων και τεχνολογιών που βρίσκουν εφαρμογή στην επιχειρηματική δραστηριότητα των φαρμακαποθηκών.

Τέλος, παρουσιάζεται η περίπτωση της φαρμακαποθήκης ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε κατά το στάδιο της μελέτης που πραγματοποιεί για τη λήψη τη απόφασης αγοράς και εγκατάστασης του ERP FARMAKON.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τομέας της φαρμακευτικής αγοράς αποτελεί έναν από τους πλέον σημαντικούς τομείς της βιομηχανικής παραγωγής με έντονη κοινωνική διάσταση η οποία είναι στενά συνυφασμένη με την ανθρώπινη υγεία.

Παράλληλα, η φαρμακευτική αγορά παρουσιάζει διαρκώς ανάπτυξη και αποτελεί τη μόνιμη εξαίρεση στη στατική εικόνα που παρατηρείται σε αρκετούς τομείς του εμπορίου και της βιομηχανίας.

Με βάση τις προβλέψεις της IMS HEALTH, η παγκόσμια φαρμακευτική αγορά τα επόμενα 5 χρόνια θα παρουσιάζει ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 8,4%, ενώ πιθανή θεωρείται και η περαιτέρω ανάπτυξη.[1]

Σημειώνεται ότι στην Ελλάδα παρατηρείται αύξηση της τάξης του 20% στη φαρμακευτική δαπάνη, ενώ διαρκώς τα φάρμακα αντικαθίστανται από όμοια ως προς τη θεραπευτική τους ικανότητα σκευάσματα τα οποία όμως είναι ακριβότερα.

Τα στοιχεία που υπάρχουν για το 2001 καταγράφουν ότι η συνολική ελληνική φαρμακευτική δαπάνη κυμάνθηκε στα 2,734 δις ευρώ έναντι 2,268 δις ευρώ το 2000, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 20,55%.

Παράλληλα οι δαπάνες των νοσηλευτικών ιδρυμάτων το 2001 άγγιξαν τα 523 εκατομμύρια ευρώ, έναντι 423 εκατομμυρίων ευρώ το 2000, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 23,6%

Αντίστοιχα οι πωλήσεις φαρμάκων στα φαρμακεία το 2001 ανήλθαν σε 2,612 δις ευρώ έναντι 2,148 δις ευρώ το 2000, σημειώνοντας αύξηση κατά 21,6%.[2]

Η διαρκώς αυξανόμενη κατανάλωση φαρμάκων οφείλεται σε παράγοντες όπως:

- Η δημογραφική διάρθρωση του πληθυσμού της χώρας και κυρίως η γήρανση του πληθυσμού

- Η αύξηση του ΑΕΠ, του διαθέσιμου εισοδήματος και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου που καθιστούν δυνατή την καλύτερη φαρμακευτική περίθαλψη
- Η εμφάνιση νέων ασθενειών
- Οι τιμές των φαρμάκων
- Η εξέλιξη της ιατρικής επιστήμης, η ανάπτυξη νέων θεραπειών και η υψηλή τεχνολογία υγείας.

1.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΗΣ

Οι φαρμακαποθήκες είναι ο ζωτικός – συνεκτικός κρίκος (vital link) μεταξύ της φαρμακοβιομηχανίας και των φαρμακείων, στην αλυσίδα διανομής των φαρμακευτικών σκευασμάτων. Ο ρόλος τους είναι συνυφασμένος με την εξυπηρέτηση του δημοσίου συμφέροντος και ειδικότερα την γρήγορη, ποιοτική και αποτελεσματική προσφορά στους Έλληνες ασθενείς των φαρμάκων που είναι βασικά για την υγεία τους. Σήμερα οι ελληνικές φαρμακαποθήκες εφαρμόζουν ένα ποιοτικό σύστημα διανομής που για κάθε μια από αυτές αποτελεί επένδυση αρκετών εκατομμυρίων ευρώ και εγγυάται για τα 9500 και πλέον φαρμακεία της Ελλάδας

- Την κυκλοφορία απόλυτα εγκεκριμένων φαρμάκων
- Την προμήθεια και αποθήκευση των φαρμάκων σύμφωνα με τη νομοθεσία και την ανάπτυξη μηχανισμών για την άμεση ανάκληση σκευασμάτων σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης
- Την άμεση εξυπηρέτηση των φαρμακείων – πελατών τους (εντός λίγων ωρών για περιπτώσεις συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής – νομός- και εντός 24ώρου για τις πλέον απομακρυσμένες περιοχές της χώρας, 365 μέρες το χρόνο).

Εκτός από τον ποιοτικό χαρακτήρα της δράσης των φαρμακαποθηκών υπάρχει και η ποσοτική διάσταση, η οποία αφορά στην απασχόληση και τη συνεχή διεύρυνση των θέσεων εργασίας που προσφέρουν στην ελληνική αγορά, καθώς επίσης και στη χρηματική ενίσχυση των ελληνικών φαρμακείων. Αυτή η ενίσχυση έγκειται στο γεγονός ότι σε περιπτώσεις οικονομικής δυσπραγίας και αδυναμίας των ασφαλιστικών ταμείων να πληρώσουν εγκαίρως τους φαρμακοποιούς, οι φαρμακέμποροι, παραχωρώντας μεγάλες πιστώσεις στα φαρμακεία (90 – 150 ημέρες), απορροφούν πλήρως τις μικρές πιστώσεις (έως 30 ημέρες) της φαρμακευτικής βιομηχανίας.[3,4].

Στην ελληνική αγορά φαρμάκου η συντριπτική πλειοψηφία των φαρμακαποθηκών είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Από Μονοπρόσωπες ΕΠΕ, Ετερόρρυθμες Εταιρίες μέχρι Ανώνυμες Εταιρίες και κατά τόπους Συνεταιρισμούς Φαρμακοποιών, το μέγεθος των επιχειρήσεων αυτών είναι συνήθως μικρό, με λίγο προσωπικό, εγκαταστάσεις περιορισμένης έκτασης, υλικοτεχνική υποδομή που να καλύπτει τις τρέχουσες ανάγκες και χρήση νέων τεχνολογιών σε πολύ περιορισμένη κλίμακα. Σε πολλές περιπτώσεις υπάρχει μόνο η στοιχειώδης υποδομή σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές, η εκπαίδευση του προσωπικού στον χειρισμό υπολογιστών είναι ανεπαρκής και η λειτουργία της φαρμακαποθήκης στηρίζεται βασικά στις γνώσεις και στην εμπειρία κάποιων στελεχών. Βέβαια, υπάρχουν και αρκετές περιπτώσεις που η διοίκηση ακολουθεί τις επιχειρηματικές και τεχνολογικές εξελίξεις και έχει ενσωματώσει στη λειτουργία της επιχείρησης πολλές καινοτομίες, κυρίως σε ό,τι αφορά την χρήση πληροφοριακών συστημάτων και πληροφοριακής τεχνολογίας για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι άλλων φαρμακαποθηκών.

1.2 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Το σύνολο των αγορών της φαρμακαποθήκης γίνεται είτε από νόμιμες φαρμακοβιομηχανίες, οι οποίες αποτελούν και τον νόμιμο κάτοχο της άδειας κυκλοφορίας των φαρμάκων είτε από άλλες νόμιμες φαρμακαποθήκες. Για την επισύναψη συνεργασίας με κάποιο προμηθευτή, απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η ικανότητά του να επιδείξει αντίγραφο της αδειοδότησής του.

Σε ό,τι αφορά το τυπικό μέρος της συναλλαγής με κάποιον προμηθευτή για την αγορά φαρμακευτικών ειδών, έχουν τεθεί ορισμένες δικλείδες για την κατοχύρωση αμφοτέρων των συναλλασσόμενων.

Στο τιμολόγιο ή / και στο σχετικό δελτίο που συνοδεύει τα παραλαμβανόμενα είδη αναγράφονται απαραίτητως στοιχεία όπως: επιθυμητή ημερομηνία διάθεσης, ονομασία φαρμάκου/ων, ποσότητα, όνομα και διεύθυνση του παραλήπτη, ημερομηνία και τόπος παράδοσης, όνομα προμηθευτή. Κατά την αγορά ο αριθμός παρτίδας καταγράφεται από την εταιρία σε σχετικό «Δελτίο Παραλαβής», το οποίο συμπληρώνεται κατά την παραλαβή των προμηθειών.[5]

Η σχέση μιας φαρμακαποθήκης με τους προμηθευτές της είναι ιδιαίτερα σημαντικές, γιατί από αυτούς εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό η πορεία της. Τα κριτήρια με βάση τα οποία μια φαρμακαποθήκη επιλέγει τους προμηθευτές της έχουν να κάνουν κυρίως με την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν καθώς επίσης και οι τιμές που θέτουν. Πρωταρχικό ρόλο παίζει η φερεγγυότητα και ο επαγγελματισμός του προμηθευτή. Αν δηλαδή τηρεί όσα έχουν συμφωνηθεί ως προς την ποσότητα των προϊόντων (καλύτερη δυνατή κάλυψη της ποσότητας που ζητάει η φαρμακαποθήκη), την ποιότητα (όχι παλιές παρτίδες, παράδοση εμπορεύματος σε καλή κατάσταση, σωστή συσκευασία), τους χρόνους παράδοσης και φυσικά τις τιμές. Επίσης, οι φιλικές διαπροσωπικές σχέσεις πολλές φορές είναι ένας λόγος επιλογής συγκεκριμένων

προμηθευτών, δεδομένου ότι οι καλές τους σχέσεις διασφαλίζουν κατά μια έννοια και την καλή επαγγελματική τους συνεργασία. Ένα ακόμα κριτήριο επιλογής των προμηθευτών είναι και η έρευνα σχετικά με το πελατολόγιό τους. Μεγάλο πελατολόγιο σημαίνει ότι ο προμηθευτής έχει αντίστοιχα μεγάλη γκάμα και μεγάλες ποσότητες προϊόντων, άρα θεωρείται καλή περίπτωση συνεργασίας.

Βασικό ζήτημα είναι και οι ενέργειες που κάνει μια φαρμακαποθήκη προκειμένου να διατηρήσει τις καλές σχέσεις της με τους προμηθευτές της. Πρωταρχικής σημασίας είναι η συνέπεια στην πληρωμή, ανάλογα με τους όρους που έχουν προσυμφωνηθεί μεταξύ των δυο συναλλασσόμενων μερών. Ακόμη, τα στελέχη της φαρμακαποθήκης παρακολουθούν τον ανταγωνισμό τους και πολλές φορές ακολουθούν την τακτική της αγοράς των προϊόντων σε υψηλές τιμές, ώστε να δελεάσουν τους προμηθευτές και να αποσπάσουν τις ζητούμενες ποσότητες, έναντι του ανταγωνισμού. Τέλος, δε λείπουν και οι διάφορες ενέργειες δημοσίων σχέσεων και μάρκετινγκ. Επισκέψεις στην έδρα των προμηθευτών και φιλική επαφή μαζί τους, αντίστοιχα φιλοξενία των προμηθευτών και γνωριμία με τον χώρο μας, επιχειρηματικά δώρα στις γιορτές, αποστολή ενημερωτικών δελτίων της πορείας της φαρμακαποθήκης σε τακτά χρονικά διαστήματα είναι τρόποι διατήρησης θετικών επαφών με τους ανθρώπους που μας προμηθεύουν το προϊόν που κι εμείς στη συνέχεια εμπορευόμαστε.

1.3 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Οι φαρμακαποθήκες στοχεύουν σε δυο τύπους πελατών: από τη μια πλευρά είναι τα φαρμακεία, που «διοικούνται» από φαρμακοποιούς και από την άλλη πλευρά είναι οι τελικοί καταναλωτές / ασθενείς. Είναι πολύ πιο εύκολο για την φαρμακαποθήκη να έχει πιο στενές επαγγελματικές σχέσεις με τα φαρμακεία – υπάρχει ένας ολόκληρος

«στρατός» πωλητών που αναλαμβάνουν την επικοινωνία με τα φαρμακεία για την προώθηση των προϊόντων της φαρμακαποθήκης, προσφέροντας διάφορες συμπληρωματικές υπηρεσίες και συμφέροντες διακανονισμούς για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της. Από την πλευρά των τελικών πελατών / ασθενών, δεν είναι ιδιαίτερα εύκολη και εφικτή η προσωπική επαφή, παρόλο που τα τελευταία χρόνια –με την τεχνολογική εξέλιξη και την διείσδυση του internet- είναι δυνατή και η ανάπτυξη του άμεσου μάρκετινγκ, για αμφίδρομη και περισσότερο προσωποποιημένη επικοινωνία. Και οι δυο παραπάνω τύποι πελατειακών σχέσεων έχουν ανάγκη καλύτερης οργάνωσης και διαχείρισης.[6]

Σε ό,τι αφορά τα φαρμακεία, ένα βασικό πρόβλημα είναι η έλλειψη συντονισμού, συνεργασίας και στοχοθέτησης από την πλευρά των πωλητών της φαρμακαποθήκης. Για παράδειγμα, πολλές φορές διαφορετικοί πωλητές της ίδιας εταιρίας μπορεί να προσεγγίσουν το ίδιο φαρμακείο, ενώ άλλες φορές υπάρχει αναποτελεσματική επικοινωνία με το φαρμακείο, όταν δεν υπάρχει συγχρονισμός με τις ανάγκες του φαρμακείου.

Οι φαρμακαποθήκες έχουν λιγότερη εμπειρία στην ανάπτυξη και διατήρηση σχέσεων με τελικούς καταναλωτές / ασθενείς. Ένας λόγος γι' αυτό είναι ότι η φαρμακαποθήκη λειτουργεί ως ενδιάμεσος κρίκος μεταξύ της παρασκευάστριας εταιρίας και του τελικού καταναλωτή (μέσω του φαρμακείου), επομένως δεν την ενδιαφέρει η προώθηση συγκεκριμένων σκευασμάτων, παρά μόνο στην περίπτωση που και η ίδια παρασκευάζει κάποιο είδος, όπως προαναφέρθηκε.

Τα προϊόντα της αποθήκης διατίθενται σε φαρμακεία και σε άλλους χονδρεμπόρους, καθώς επίσης και στους τελικούς καταναλωτές –μέσω των φαρμακείων- στην περίπτωση που η φαρμακαποθήκη είναι ταυτόχρονα και παρασκευάστρια παραφαρμακευτικών προϊόντων ή άλλων παρεμφερών σκευασμάτων. Το κριτήριο επιλογής των πελατών της εταιρίας είναι η έδρα του πελάτη. Η διαδικασία που

ακολουθείται για την εξυπηρέτηση των πελατών είναι η εξής: οι παραγγελίες λαμβάνονται τηλεφωνικά και τα στοιχεία τους καταγράφονται στο μηχανογραφικό σύστημα της αποθήκης. Με την καταχώρηση των στοιχείων εκδίδεται και το σχετικό τιμολόγιο πώλησης / δελτίο αποστολής, στο οποίο αποτυπώνονται στοιχεία όπως: η ημερομηνία παραγγελίας / διάθεσης, η ονομασία του φαρμάκου/ων, η ποσότητα, το όνομα και η διεύθυνση του παραλήπτη και τα αντίστοιχα στοιχεία του προμηθευτή.[5]

Ο γενικός κανόνας για την απόκτηση πελατών από μια φαρμακαποθήκη είναι η κάλυψη όσο το δυνατόν μεγαλύτερου ποσοστού της τοπικής πρώτα αγοράς και έπειτα –εφόσον οι δυνατότητες της επιχείρησης το επιτρέπουν- η αναζήτηση πελατών / φαρμακείων σε ευρύτερο δακτύλιο γύρω από αυτήν. Το πιο σημαντικό στοιχείο στη λειτουργία των φαρμακαποθηκών είναι ότι οι ίδιες (προμηθευτές) έχουν όλη τη δύναμη και οι πελάτες είναι αυτοί που αναζητούν τη συνεργασία μαζί τους.

Στην περίπτωση που η φαρμακαποθήκη πραγματοποιεί εξαγωγές η κατάσταση είναι σε ορισμένα σημεία διαφοροποιημένη. Καταρχήν, οι πελάτες του εξωτερικού δεν είναι φαρμακεία, αλλά φαρμακαποθήκες. Τα στελέχη της εταιρίας πραγματοποιούν πρώτα κάποια έρευνα σχετικά με αυτούς τους πελάτες, με βάση τα εξής σημεία:

- Το μέγεθος του πελάτη: όσο μεγαλύτερη είναι η φαρμακαποθήκη του εξωτερικού, τόσο μεγαλύτερο θα είναι και το εύρος των προϊόντων που μπορεί να παραγγείλει
- Τιμές εξωτερικού: τι περιθώρια κέρδους μπορεί να πετύχει η εταιρία που εξάγει και σε ποιες χώρες είναι συμφερότερο να εξάγει
- Φερεγγυότητα: το τι ακούγεται στην αγορά για τους διάφορους πελάτες του εξωτερικού ως προς την συνέπεια στις πληρωμές, τους όρους με τους οποίους συναλλάσσονται κλπ. Η εταιρία σε κάθε περίπτωση συμβουλευέται έναν χρηματοπιστωτικό οργανισμό που ασφαρίζει τις πιστώσεις αναφορικά με

διεθνείς συναλλαγές (παρέχει και πληροφορίες σαν τον αντίστοιχο «ΤΕΙΡΕΣΙΑ» στην Ελλάδα).

Οι ενέργειες του μάρκετινγκ για την προσέλκυση νέων πελατών έχουν να κάνουν κυρίως με την αποστολή διαφημιστικού υλικού σε φαρμακαποθήκες του εξωτερικού, με την παρουσία και προβολή σε κλαδικές εκθέσεις και με επισκέψεις στις ίδιες τις εταιρίες του εξωτερικού.

Για την ικανοποίηση των πελατών της η φαρμακαποθήκη εστιάζει το ενδιαφέρον της στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και ιδιαίτερα στην επίτευξη καλού supply rate (δηλαδή να καλύπτει όσο μπορεί τις ζητούμενες ποσότητες όλων των πελατών της).

Σε ό,τι αφορά τον ανταγωνισμό από άλλες φαρμακαποθήκες, υπάρχει η λεγόμενη «βιομηχανική κατασκοπεία» (business espionage), όπου η επιχείρηση προσπαθεί να συγκεντρώσει τις πιο πρόσφατες πληροφορίες για τις ενέργειες των ανταγωνιστών της μέσω των κοινών πελατών, των κοινών προμηθευτών ή ακόμη και των συνεργαζόμενων μεταφορέων. Επίσης, στέλνοντας ερωτηματολόγια στους πελάτες και ερχόμενη σε τακτική επικοινωνία μαζί τους προσπαθεί να βελτιώνει τις υπηρεσίες της για να διατηρεί την ανταγωνιστικότητά της.[7]

1.4 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΡΙΤΟΥΣ

Στην εφοδιαστική αλυσίδα των φαρμακευτικών προϊόντων, και συγκεκριμένα στο κομμάτι «παρασκευαστής -φαρμακαποθήκη -φαρμακείο», υπάρχει ο συνδετικός κρίκος που είναι οι μεταφορές. Μια φαρμακαποθήκη μπορεί να διαθέτει δικό της στόλο οχημάτων για την εξυπηρέτηση των πελατών της, τόσο σε τοπικό όσο και σε ευρύτερο επίπεδο. Ωστόσο η πλειοψηφία κάνει ανάθεση σε τρίτους (outsourcing) σε ό,τι αφορά στο θέμα των μεταφορών, συνάπτοντας συνεργασία με μεταφορικές εταιρίες που

εξειδικεύονται στη μεταφορά φαρμάκων, με εταιρίες ταχυμεταφορών κλπ. Στην περίπτωση του outsourcing, τα κριτήρια επιλογής των συνεργατών είναι κυρίως ο χρόνος παράδοσης, η ακεραιότητα του εμπορεύματος και φυσικά η τιμή παροχής της υπηρεσίας μεταφοράς.

Όταν υπάρχει ιδιόκτητος στόλος οχημάτων είναι απαραίτητος ο σωστός συντονισμός και παρακολούθηση της θέσης όλων των οχημάτων του στόλου σε πραγματικό χρόνο και η ενημέρωση όλων των στάσεων της διαδρομής με τους χρόνους άφιξης σε κάθε στάση.

Για να προσφέρουν πιο αποτελεσματική και συντονισμένη επικοινωνία, οι φαρμακαποθήκες χρειάζονται να έχουν στην διάθεσή τους πολύ περισσότερα δεδομένα από τους προμηθευτές, τους πελάτες και τους λοιπούς συνεργάτες τους και να είναι ικανές να συνδυάσουν αυτά τα δεδομένα με ευφυΐα. Η διατήρηση πλήθους στοιχείων αναφορικά με τους «κρίκους» της εφοδιαστικής αλυσίδας -στοιχεία που προέρχονται από διάφορες πηγές και κανάλια- αποτελεί τεχνική πρόκληση, ιδιαίτερα για τις μεγάλες φαρμακαποθήκες. Σε αυτό ακριβώς το σημείο έγκειται η υποστήριξη που παρέχουν τα πληροφοριακά συστήματα και η πληροφοριακή τεχνολογία.[7]

2. Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΣΤΙΣ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΕΣ

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας των ηλεκτρονικών υπολογιστών και η αξιοποίηση των δυνατοτήτων τους με λογισμικό είναι δυο παράγοντες που έχουν οδηγήσει τα τελευταία χρόνια στην αύξηση του ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων για την πληροφοριακή τεχνολογία και την εγκατάσταση αντίστοιχων πληροφοριακών συστημάτων. Οι παράγοντες αυτοί έδωσαν την ευκολία στα διοικητικά στελέχη να διοικούν πιο αποτελεσματικά και πιο αποδοτικά, όπως επίσης και τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν πολυσύνθετες τεχνικές, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη του ανταγωνισμού σε υψηλά επίπεδα καθώς και στην ορθή διαχείριση του κόστους.

Τις προηγούμενες δεκαετίες παρατηρήθηκαν προβλήματα στη διαχείριση των εσωτερικών και εξωτερικών πόρων των επιχειρήσεων, γεγονός που τις ώθησε στην αναθεώρηση των μεθόδων που μέχρι τότε χρησιμοποιούσαν. Η εμφάνιση των πρώτων υπολογιστικών συστημάτων συνοδεύτηκε με την εγκατάσταση εφαρμογών οι οποίες προσπάθησαν να λύσουν τα προβλήματα χωρίς βέβαια ιδιαίτερη επιτυχία. Οι πρώτες αυτές δειλές προσπάθειες όμως καλλιέργησαν το έδαφος και προετοίμασαν τους ανθρώπους της διοίκησης στη φιλοσοφία της χρήσης του υπολογιστή ως εργαλείου αντιμετώπισης πολύπλοκων θεμάτων και εξεύρεσης λύσεων σε προβλήματα χρονικής και οικονομικής φύσεως. Επιπλέον έγινε πεποίθηση ότι μία τεχνολογία αποτελεσματική, μπορεί να δώσει τη λύση στα προβλήματα βιωσιμότητας και κερδοφορίας και να συμβάλλει αποφασιστικά στη μείωση των δαπανών και του κόστους παραγωγής.

Τα τελευταία χρόνια σημειώνεται μια τεχνολογική έκρηξη η οποία συνοδεύεται από την κυριαρχία πολύ ισχυρών υπολογιστών μεγάλων δυνατοτήτων, fax, EDI, Barcodes, ασύρματα τερματικά, scanners κ.λ.π. τα οποία συμβάλλουν στη δημιουργία μιας νέας δυναμικής στον χώρο της διοίκησης. Παράλληλα εμφανίζεται μια νέα γενιά

πληροφοριακών συστημάτων, πιο ολοκληρωμένη και επιτυχημένη, η οποία εκμεταλλεύεται τις τεράστιες δυνατότητες της τεχνολογίας συμβάλλει στη διάδοση και βοηθά αποτελεσματικά τις διαδικασίες της διοίκησης των επιχειρήσεων, κάθε μορφής και σε κάθε τμήμα εφαρμογής τους.

Ο χώρος της διακίνησης του φαρμάκου, μέσα στον οποίο δραστηριοποιούνται οι φαρμακαποθήκες, παρουσιάζει ενδιαφέρον και παράλληλα πρόκληση για τις εταιρίες που σχεδιάζουν και παρέχουν την πληροφοριακή τεχνολογία. Αυτό συμβαίνει τόσο λόγω της ιδιαιτερότητας του προϊόντος και της αγοράς του, όσο και λόγω της μορφής των λειτουργιών που πραγματοποιεί μια φαρμακαποθήκη, δηλαδή των πεδίων στα οποία εντοπίζεται η διεκδίκηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μεταξύ των φαρμακαποθηκών. Σε ό,τι αφορά στην επιχειρηματική διάσταση της διείσδυσης των πληροφοριακών συστημάτων στη δραστηριότητα των φαρμακαποθηκών, ισχυρότατο στοιχείο αποτελεί η αξιοποίηση της τεχνολογίας αιχμής, εκτός των άλλων, ως προς την ταχύτητα παραγγελιοληψίας και εκτέλεσης της παραγγελίας, γεγονός που μειώνει δραστικά τα λειτουργικά κόστη μιας τέτοιας επιχείρησης και την πιθανότητα ανθρώπινου λάθους. Η επιτυχημένη επιλογή και υλοποίηση των λύσεων που προτείνει η πληροφοριακή τεχνολογία είναι ικανή να τοποθετήσει την φαρμακαποθήκη σε πολύ υψηλή θέση σε σχέση με τον ανταγωνισμό της.

2.1 ERP

Αν και ο όρος ERP είναι ευρέως διαδεδομένος, υπάρχει μια σύγχυση για το τι ακριβώς σημαίνει. Τα Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (Enterprise Resource Planning Systems) είναι εκείνα τα πληροφοριακά συστήματα που ενσωματώνουν τα δεδομένα της επιχείρησης και τις επιχειρησιακές της διαδικασίες προσφέροντας ένα

ενιαίο σύστημα ελέγχου και προγραμματισμού όλων των διαθέσιμων πόρων της επιχείρησης, ανθρώπινων και μη. [8]

Ένα ενιαίο περιβάλλον Εμπορικής διαχείρισης και Γενικής Λογιστικής δεν είναι απαραίτητα ένα ERP σύστημα, καθώς αυτό προϋποθέτει την αποτύπωση μέσα στην εφαρμογή των κανόνων λειτουργίας και τις «ροές» εργασίας της επιχείρησης (business logic). Προκειμένου ένα ERP να ενσωματώσει το απαραίτητο «βάθος» στην κάλυψη των επιχειρηματικών αναγκών, προϋποθέτει την πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων σε χρόνο και χρήμα, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η πληρότητα και η αξιοπιστία της τελικής λύσης.[9,10]

Πρόκειται για μια λύση λογισμικού η οποία ολοκληρώνει διάφορες λειτουργίες σε μια εταιρία. Αν και κατά την εγκατάστασή του παραμετροποιείται για τις ανάγκες της κάθε εταιρίας, εντούτοις πρόκειται για έτοιμο πακέτο λογισμικού και δεν κατασκευάζεται από την αρχή για την εκάστοτε εταιρία. Άλλωστε πολλές από τις διαδικασίες που καλύπτει ένα πακέτο ERP είναι κοινές σε κάθε εταιρία (λ.χ. επεξεργασία παραγγελιών, τιμολόγηση, ισολογισμοί κ.ά.)

Το ERP λειτουργεί σε τρία βασικά επίπεδα. Από πάνω προς τα κάτω αυτά είναι:

- Planning (σχεδιασμός): περιλαμβάνει το σχεδιασμό της εφοδιαστικής αλυσίδας, το σχεδιασμό παραγωγής καθώς και άλλες διαδικασίες σχεδιασμού, όπως προϋπολογισμούς, πωλήσεις κλπ.
- Execution (εκτέλεση): περιλαμβάνει στοιχεία όπως τα συστήματα παραγωγής, τη διαχείριση των logistics (αποθήκες, παραγγελίες και μεταφορές) καθώς και άλλες διαδικασίες όπως προμήθειες, συντήρηση, διαχείριση ανθρώπινων πόρων κλπ.
- Analysis (ανάλυση): περιλαμβάνει την κοστολόγηση (προϊόντος, παραγωγής κλπ.), τα χρηματοοικονομικά, προϋπολογισμούς, ανάλυση πωλήσεων κλπ.

Παρότι στην ελληνική αγορά οι λύσεις ERP είναι διαθέσιμες για περισσότερα από δέκα έτη- και μάλιστα από Έλληνες κατασκευαστές -, οι λύσεις αυτές απευθύνονταν κυρίως σε μεγάλες επιχειρήσεις και είχαν αρκετά μεγάλο χρόνο και κόστος υλοποίησης.[8]

2.1.1 Ο στόχος του ERP

Στόχος του ERP δεν είναι η εξυπηρέτηση των απαιτήσεων ενός τομέα στην επιχείρηση, όπως λ.χ. του λογιστηρίου, της παραγωγής, των πωλήσεων κλπ., αλλά η εξυπηρέτηση των διαδικασιών μέσα στην επιχείρηση, στις οποίες διαδικασίες εμπλέκονται οι διάφοροι τομείς, έτσι ώστε να μπορεί αυτή να διεκπεραιώνει τις κύριες επιχειρηματικές δραστηριότητές της (core business). Από τη στιγμή που τα δεδομένα εισαχθούν σε κάποια μονάδα (module) του ERP, αυτά είναι διαθέσιμα σε οποιαδήποτε μονάδα του ERP τα χρειαστεί. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται μια λογική ενοποίηση των διαδικασιών μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης. Οι μονάδες (modules) που καλύπτει ένα ERP είναι οι ακόλουθες [11]:

Διαχείριση αποθεμάτων

Τα βασικά ερωτήματα εδώ είναι:

- Τι έχω
- Που το έχω
- Ποια η ποιότητα του
- Πότε λήγει

Ο υπεύθυνος για τη διαχείριση των αποθεμάτων πρέπει να μπορεί να ελέγχει και να αναλύει τα αποθέματά του σε ολόκληρη την φαρμακαποθήκη με ακρίβεια. Το σύστημα ERP πρέπει να έχει αυτή την πληροφορία για κάθε είδος σε κάθε αποθήκη, ακόμα και με

λεπτομέρεια που φτάνει στη διαχείριση των παλετών (π.χ. βάρος ανά παλέτα κλπ.). Ένα ERP σύστημα μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση στα παρακάτω ζητήματα:

- Να βρίσκει τα διαθέσιμα είδη (ποια φάρμακα υπάρχουν και σε τι ποσότητα)
- Να εντοπίζει που βρίσκονται (σε αποθήκη, στο δρόμο κλπ)
- Να γνωρίζει ποια είδη έχουν τη σωστή ποιότητα (παλιές παρτίδες, κατεστραμμένα)
- Να γνωρίζει ποια είδη θα απαξιωθούν σύντομα (λήξη φαρμάκων)

Κοστολόγηση διαδικασιών

Αναφέρεται στον έλεγχο και την ανάλυση του κόστους σε ενέργειες και πόρους. Σε αυτά περιλαμβάνονται η λειτουργία του μηχανολογικού εξοπλισμού (ραουλόδρομος, ανυψωτικά μηχανήματα, περονοφόρα κλπ), η συσκευασία, τα εργατικά καθώς επίσης και η ποιότητα, η ενέργεια, η συντήρηση, η διαχείριση απορριμμάτων κ.ο.κ Η κοστολόγηση των διαδικασιών επιτρέπει και τον εντοπισμό του έμμεσου κόστους, που είναι σημαντικότερο σε μια φαρμακαποθήκη, όπως είναι το κόστος αποθήκευσης και συντήρησης (ράφια, ψυγεία κλπ.).

Διαχείριση παραγγελιών πελατών

Περιλαμβάνει την εισαγωγή παραγγελιών από πελάτες/φαρμακεία, την αποστολή και την τιμολόγησή τους. Σε ένα σύστημα ERP, η διαδικασία αυτή πρέπει να είναι ευέλικτη, ώστε να επιτρέπει αλλαγές στην εφοδιαστική αλυσίδα, στις διαδικασίες και στους όρους αποστολής, στην τιμολόγηση (προμήθειες / εκπτώσεις) και να προβλέπει πολιτικές παράδοσης. Η διαχείριση παραγγελιών πρέπει να καλύπτει το σύνολο της επιχείρησης υποστηρίζοντας ακόμα και το διεθνές εμπόριο.

Προμηθευτές

Αυτοματοποιεί τη διαδικασία προμηθειών σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης, μειώνοντας δραστικά το συνολικό κόστος. Έτσι απελευθερώνεται χρόνος που μπορεί να διατεθεί στην εύρεση καλύτερων προμηθευτών ή στη διαπραγμάτευση, και όχι στο πότε θα έρθει μια παραγγελία.

Διαχείριση παγίων

Βοηθά την επιχείρηση να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα δίνοντας μεγαλύτερη αξία στα πάγιά της. Η διαχείριση εργοστασίων, εργασιών συντήρησης κλπ. είναι ορισμένα από τα τυπικά συστατικά αυτού του module.

Χρηματοοικονομικά

Όλες οι λειτουργίες του λογιστηρίου, ενοποιημένες με τα υπόλοιπα modules του ERP, ώστε να διασφαλίζεται η διαχείριση των οικονομικών πόρων, να γίνεται παρακολούθηση όλων των λογαριασμών της επιχείρησης και να διατηρείται ισορροπία ως προς τις εισπράξεις από πελάτες και τις πληρωμές προς προμηθευτές ή άλλους πιστωτές.

2.1.2 Οφέλη Εγκατάστασης ERP

Οι βασικοί λόγοι για την εγκατάσταση ενός ERP είναι δύο:

A. Η επίλυση υπαρχόντων προβλημάτων.

B. Η προσπάθεια για την βελτίωση των διαδικασιών στην επιχείρηση

Όσον αφορά στον πρώτο λόγο, πολλές είναι οι επιχειρήσεις που αποφάσισαν να εγκαταστήσουν συστήματα ERP για να επιλύσουν τα προβλήματα από τα ετερογενή συστήματα (λογισμικού και hardware) τα οποία είχαν αναπτύξει και εγκαταστήσει κατά

το παρελθόν. Ειδικότερα σε ό,τι αφορά τις φαρμακαποθήκες, τα συστήματα που χρησιμοποιούνται στην παραγγελιοληψία, στον έλεγχο των αποθεμάτων, στην αποστολή παραγγελιών προς τους προμηθευτές, στον έλεγχο των λογιστικών εγγραφών και των διαφόρων λογαριασμών στις περισσότερες περιπτώσεις είναι μεμονωμένα κομμάτια λογισμικού, που ίσως συνδέονται σε ένα ενιαίο δίκτυο μέσα στην επιχείρηση ώστε να μπορούν οι χρήστες από τα διάφορα τμήματα –με πολλά όμως προβλήματα- να βλέπουν τις πληροφορίες που χρειάζονται

Όσον αφορά στον δεύτερο λόγο, πολλές είναι οι επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για τη δυνατότητα που παρέχουν τα συστήματα ERP για άμεση πρόσβαση στην πληροφορία σε ολόκληρη την επιχείρηση.

Η διαθεσιμότητα της πληροφορίας επιτρέπει στην επιχείρηση να περιορίσει το κόστος αποθήκευσης, να μειώσει σημαντικά τους κύκλους εκτέλεσης των διαδικασιών και, βέβαια, να παρέχει καλύτερες υπηρεσίες προς τους πελάτες της.[12]

2.1.3 Η επιχειρησιακή πραγματικότητα

Κάθε επιχείρηση έχει ένα πρόγραμμα παραγωγής και αποστολής το οποίο καλείται να εκπληρώσει ο υπεύθυνος παραγωγής. Στην περίπτωση της φαρμακαποθήκης ως «παραγωγή» νοείται η συγκέντρωση των ζητούμενων από τους πελάτες φαρμάκων και η αποστολή της παραγγελίας τους. Η διαδικασία αυτή εξαρτάται από έναν ή περισσότερους προμηθευτές, οι οποίοι έχουν τα δικά τους προγράμματα παραγωγής και αποστολής προς τους πελάτες τους (τις φαρμακαποθήκες). Για παράδειγμα, ο πρώτος προμηθευτής ενημερώνει την επιχείρησή για το σχέδιο παράδοσης, ο δεύτερος ενημερώνει ότι έχει ένα μικρό πρόβλημα ποιότητας και ο τρίτος ότι έχει λάβει μια μεγάλη παραγγελία από άλλον πελάτη του και δεν μπορεί να παραδώσει εγκαίρως την

παραγγελία της δικής μας επιχείρησης. Σε καταστάσεις όπως αυτές αποδεικνύεται η αξία του ERP στην επιχείρηση. Ο πυρήνας του δεν είναι τίποτε παραπάνω από μια ζυγαριά μεταξύ προμήθειας και ζήτησης. Στην προκειμένη περίπτωση η ζήτηση αναφέρεται στις προβλέψεις, στις παραγγελίες των πελατών και στα αποθέματα ασφαλείας. Η προμήθεια αναφέρεται στις παραγγελίες προμηθευτών, τη μεταφορά από αποθήκες αλλά και την παραγωγή. Το ERP, ως ζυγαριά, βοηθάει την επιχείρηση να διατηρεί την προμήθεια και τη ζήτηση σε ισορροπία, συντονίζοντας - με το ελάχιστο δυνατό κόστος- τις μονάδες (modules) από τις οποίες αποτελείται.[13,14]

2.1.4 Επιλογή ERP

Κάθε ERP σύστημα έχει τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του. Άλλο είναι καλό στην παραγωγή, άλλο στη διαχείριση ανθρώπινων πόρων και, γενικά, εάν υπήρχε ένα ERP σύστημα που θα ήταν το καλύτερο από όλα τα άλλα σε όλα τα σημεία, δεν θα είχε νόημα ο ανταγωνισμός. Μια προσέγγιση είναι να δούμε ποιοι τομείς ενδιαφέρουν περισσότερο τη δραστηριότητα της επιχείρησής μας και να επιλέξουμε το ERP που είναι ισχυρό σε αυτούς. Μια άλλη προσέγγιση- την οποία εξακολουθεί και η πλειοψηφία των εταιριών- είναι να επιλέξουμε το ERP που καλύπτει καλύτερα τη βιομηχανία στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρησή μας, λ.χ. φαρμακοβιομηχανία, διανομή φαρμακευτικών προϊόντων κλπ. [15]

Η μεγάλη επιτυχία των ERP συστημάτων βασίζεται στα μοναδικά χαρακτηριστικά που διαθέτουν, όπως:

- Παρακολούθηση των επιχειρηματικών διαδικασιών και όχι μόνο απλή αποθήκευση των δεδομένων της επιχείρησης. Αυτό βέβαια προϋποθέτει τουλάχιστον την διαχείριση των βασικών υποσυστημάτων της εμπορικής και οικονομικής διαχείρισης, και της

διαχείρισης παραγωγής μέσα από ένα ενιαίο πληροφοριακό σύστημα. Με αυτόν τον τρόπο το πληροφοριακό σύστημα προσφέρει πραγματική γνώση (διοικητική πληροφόρηση) για την κατάσταση της επιχείρησης, δίνοντας στον επιχειρηματία τη δυνατότητα ελέγχου και καλύτερου προγραμματισμού των πόρων της εταιρίας.

- Δυνατότητα προσαρμογής στις ανάγκες των επιχειρήσεων που είναι πολλές και δυναμικά μεταβαλλόμενες, μέσα από την κατάλληλη παραμετροποίηση (customization).
- Δυνατότητα ολοκλήρωσης (integration), ώστε να εξασφαλιστεί η συνεργασία του με άλλα εξειδικευμένα πληροφοριακά συστήματα που χρησιμοποιεί η εταιρία, όπως, ενδεικτικά: Customer Relationship Management, Business Planning & Control, Warehouse Management, Human Resources Management κλπ.
- Προφύλαξη πρόσβασης στο σύστημα από μη εγκεκριμένους χρήστες. Το υποσύστημα ασφαλείας (security) που διαθέτει, είναι ένα στοιχείο που οι επιχειρήσεις προσπερνούν κατά την επιλογή ενός Πληροφοριακού Συστήματος. Με τη χρήση διαφορετικών δικαιωμάτων και ελέγχων πρόσβασης ανά χρήστη αποφεύγεται η ανεξέλεγκτη πραγματοποίηση εργασιών και η άντληση πληροφοριών από το σύστημα. Σύμφωνα με όλες τις εκτιμήσεις, τα επόμενα χρόνια το θέμα της ασφάλειας θα αναχθεί σε πρωταρχική παράμετρο επιλογής ενός πληροφοριακού συστήματος.
- Φιλικότητα ως προς την αξιοποίηση από το ERP σύγχρονων και δοκιμασμένων τεχνολογιών που προσφέρουν όφελος στην επιχείρηση, εξασφαλίζοντας υψηλό βαθμό διασυνδεσιμότητας στο πληροφοριακό σύστημα. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν η πραγματοποίηση συναλλαγών μέσα από το Internet ή ασύρματα , μέσω κινητού και υπολογιστή χειρός.[13]

Τα παραπάνω κριτήρια αποτελούν ένα σύντομο οδηγό επιλογής ενός ERP Πληροφοριακού Συστήματος ανάλογα με το βαθμό που τα ικανοποιεί η κάθε προτεινόμενη λύση. Όμως, αυτό καθαυτό το προϊόν δεν αποτελεί το μοναδικό κριτήριο

για την τελική απόφαση της επιχείρησης. Πολύ μεγάλη σημασία έχει και η εταιρία που το κατασκευάζει και ο τρόπος με τον οποίο υποστηρίζει την τελική λύση. Σε αυτό το πλαίσιο, ο υποψήφιος αγοραστής πρέπει να προσέξει και τα ακόλουθα:

- Καταρχάς το ποιος είναι ο κατασκευαστής και εάν πρόκειται για μια καταξιωμένη εταιρία στον συγκεκριμένο χώρο ή όχι, το μέγεθός του, το όνομα που έχει στην αγορά κλπ. Στην Ελλάδα εμφανίζονται πολλοί κατασκευαστές συστημάτων ERP [34]. Ωστόσο, όλες οι λύσεις που προτείνονται είναι –με διαφοροποιήσεις φυσικά μεταξύ τους- συστήματα ERP που υπόκεινται παραμετροποίηση ανάλογα με την μορφή και τις ανάγκες της εκάστοτε επιχείρησης που τα εγκαθιστά. Μοναδική εξαίρεση στο χώρο των φαρμακαποθηκών αποτελεί η εταιρία CSA – MATSOUKAS που έχει δημιουργήσει το ERP «FARMAKON», ένα σύστημα που απευθύνεται αποκλειστικά σε φαρμακαποθήκες, συνδυάζοντας παράλληλα και πρόσθετες εφαρμογές για εγκατάσταση σε φαρμακεία. Το συγκεκριμένο ERP αποτελείται από modules που είναι εξ' αρχής «στημένα» για να καλύπτουν τις ανάγκες και τις λειτουργίες μιας φαρμακαποθήκης.
- Ο αριθμός και το είδος των εγκαταστάσεων ERP που έχει η κατασκευάστρια εταιρία στην ελληνική αγορά. Το μεγάλο και σοβαρό πελατολόγιο φανερώνει την εμπιστοσύνη της αγοράς στη συγκεκριμένη εταιρία, ενώ, παράλληλα, αποτελεί εγγύηση για την αξιοπιστία των προσφερόμενων λύσεων.
- Η ύπαρξη πανελλαδικού δικτύου αντιπροσώπων που είναι «κοντά» στον πελάτη και εξασφαλίζουν την σωστή εγκατάσταση και απρόσκοπτη λειτουργία του Πληροφοριακού Συστήματος. Η εταιρία CSA – MATSOUKAS εδρεύει στην Αθήνα, αλλά φυσικά διαθέτει προσωπικό ικανό να μετακινηθεί σε όποιο σημείο/ έδρα πελάτη παρουσιαστεί ανάγκη.

- Η δυνατότητα που παρέχει ο κατασκευαστής του ERP για την αναβάθμισή του ώστε να καλύψει τις διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες μιας επιχείρησης. Αυτό μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους, όπως: με την προσθήκη επιπλέον modules λειτουργικότητας, μέσω customization, με τη διασύνδεση με άλλες εξειδικευμένες εφαρμογές ή ακόμη και με τη μετάβαση σε ένα «μεγαλύτερο» ERP σύστημα του ίδιου κατασκευαστή. Η επιχείρηση πρέπει να νιώθει ότι το Πληροφοριακό Σύστημα ERP που επέλεξε, μπορεί να μεγαλώνει καθώς η ίδια αναπτύσσεται.
- Ποιες είναι οι διαδικασίες υποστήριξης που παρέχει ο κατασκευαστής ή ο αντιπρόσωπος προς τους πελάτες. Όλες οι εταιρίες που παρέχουν λύσεις ERP διαθέτουν και προσωπικό για την επίλυση τεχνικών προβλημάτων και για την εκπαίδευση του προσωπικού των επιχειρήσεων/ πελατών. Το after-sales-service είναι πολύ σημαντικό στοιχείο επιλογής του προμηθευτή ERP, καθώς η ανάγκη για τις υπηρεσίες αυτές είναι σχεδόν καθολική.

Σημαντικό είναι το πώς αντιμετωπίζει ο κατασκευαστής τις νέες τεχνολογίες. Το ERP πρέπει να κάνει τη δουλειά του σωστά και αξιόπιστα. Η νέα τεχνολογία πρέπει να εφαρμόζεται στον πελάτη, μόνο όταν προσδίδει συγκεκριμένο όφελος και είναι ώριμη ώστε να μη δημιουργήσει προβλήματα στην εγκατάσταση.[14]

2.1.5 Βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές και ERP

Στην περίπτωση των ERP συστημάτων ισχύει ότι: «Το εργαλείο είναι τόσο καλό όσο αυτός που το χρησιμοποιεί». Μπορεί οι κατασκευαστές των συστημάτων ERP να έχουν εισαγάγει σε αυτά τις καλύτερες επιχειρηματικές πρακτικές, σύμφωνα με μελέτες που έχουν κάνει σε διάφορες επιχειρήσεις, εντούτοις οι τελικοί χρήστες μπορεί να μην τις αξιοποιούν, προσκολλημένοι στις πρακτικές που είχαν πριν από την εισαγωγή του ERP.

Μάλιστα, επειδή στα ERP υπάρχει η δυνατότητα για παραμετροποίηση στις ανάγκες της επιχείρησης, υπάρχει το ενδεχόμενο, μέσα από την παραμετροποίηση αυτή, να χρησιμοποιείται το ERP σύστημα για εφαρμογή των παλαιών πρακτικών που χρησιμοποιούσε η επιχείρηση. Έτσι, μπορεί να εγκατασταθεί ένα ERP στην επιχείρηση, αλλά η τελευταία να μην εφαρμόζει τις βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές.[9]

Το ERP είναι απλά το μέσο, η δυνατότητα για την επιχείρηση να βελτιώσει τις λειτουργίες της. Από εκεί και πέρα, χρειάζεται δημιουργική ενσωμάτωση του συστήματος ERP μέσα στην επιχείρηση, ώστε να είναι παραγωγική. Είναι πολύ σημαντικό να τονιστεί ότι παίζει πολύ μεγάλο ρόλο στην αποδοτική λειτουργία ενός ERP η αποδοχή του από τους εργαζόμενους στην εταιρία και η ολοκληρωμένη εκπαίδευσή τους για την σωστή χρήση του πληροφοριακού συστήματος. Η εισαγωγή νέων πρακτικών σηματοδοτεί σημαντική αναδιοργάνωση, η οποία μπορεί να έχει ως συνέπεια δραστικές αλλαγές μέσα στην επιχείρηση, με τις όποιες αντιδράσεις κάτι τέτοιο μπορεί να σημαίνει. Τέτοιες αλλαγές μπορούν να γίνουν μόνο με τη συμμετοχή και τη συμπαράσταση της ανώτατης διοίκησης, τόσο για να καμφθούν οι αντιδράσεις όσο και για να διατεθούν οι απαραίτητοι πόροι για την σωστή εγκατάσταση του ERP. Η διοίκηση δεν περιορίζεται μόνο στην έγκριση κονδυλίων, αλλά πρέπει να βρει και τους ανθρώπους –κλειδιά που θα φροντίσουν για την επιτυχή εγκατάσταση του συστήματος. Άλλωστε το ERP είναι ένα λογισμικό που «μιλά τη γλώσσα» του χρήστη και έχει κατασκευαστεί γι' αυτόν με βάση τις επιχειρησιακές διαδικασίες. Συνεπώς, τα συστήματα ERP έχουν τις προδιαγραφές να γίνουν αποδεκτά από τους χρήστες. Από εκεί και πέρα, χρειάζεται η κατάλληλη εκπαίδευση των χρηστών στο ERP, ώστε να το δουν ως συνέχεια της εργασίας που έκαναν πριν και όχι ως κάτι ριζικά διαφορετικό. Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό το πρόσωπο που αναλαμβάνει την εκπαίδευση να γνωρίζει για τις λειτουργίες της επιχείρησης και πώς αυτές διεκπεραιώνονται από το ERP.[15]

2.1.6 ERP και e-Business

Τα συστήματα ERP αυτοματοποιούν διαδικασίες που παλαιότερα εκτελούνταν με «παραδοσιακές» μεθόδους. Με το e-Business, έχουμε την επιχείρηση να συναλλάσσεται με τους συνεργάτες της με ηλεκτρονικές μεθόδους. Συνεπώς, η εγκατάσταση ενός ERP διευκολύνει τη μετάβαση μιας επιχείρησης στο e-Business. Οι περισσότερες εταιρίες που κατασκευάζουν ERP συστήματα διαθέτουν έτοιμα υποσυστήματα λογισμικού για ηλεκτρονικές συναλλαγές, τα οποία προσαρμόζονται στο βασικό ERP σύστημα. Επίσης, τα συστήματα ERP έχουν συνήθως ανοιχτή αρχιτεκτονική που επιτρέπει τη διασύνδεση του ERP με το λογισμικό e-Business που εγκαθιστά η εταιρία. Εάν μέσα στα σχέδια της επιχείρησης είναι και η είσοδος στο e-Business, τότε πρέπει να εξεταστεί και η συγκεκριμένη πτυχή στην επιλογή του συστήματος ERP.[16]

2.1.7 ERP και μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Είναι σαφές ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα αποτελέσουν τον παράγοντα-κλειδί στη μελλοντική ανάπτυξη της χώρας μας. Όπως έχει προαναφερθεί, η πλειοψηφία των φαρμακαποθηκών στην Ελλάδα είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις κρατούνται σήμερα εγκλωβισμένες στο μύθο των λιγότερων αναγκών, που όχι σκόπιμα διαδίδεται και διατηρείται. Κι όμως, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που αποτελούν τη ραχοκοκαλιά του επιχειρηματικού ιστού στην Ελλάδα, δικαιούνται σοβαρότερης προσέγγισης, προκειμένου να εξασφαλίσουν την ύπαρξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στη νέα παγκοσμιοποιημένη αγορά . [17]

Έρευνα που εκπονήθηκε για το υπουργείο Οικονομίας, δείχνει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις επενδύουν ολοένα και περισσότερο στις νέες τεχνολογίες. Η ανάγκη,

λοιπόν, από την μεριά των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων είναι σαφής, η διάθεση των ιδίων για καλύτερη πλήρωση αυτής της ανάγκης είναι με τον έναν ή τον άλλο τρόπο καταγεγραμμένη, και αυτό που μένει είναι η προσφορά αξιόπιστων, προσιτών και ευέλικτων λύσεων που καλύπτουν τις ανάγκες επιχειρήσεων συγκεκριμένου μεγέθους και «εθνικότητας».

2.1.8 ERP και BPR (Business Process Reengineering)

Ο επανασχεδιασμός των λειτουργιών μέσα στην επιχείρηση (Business Process Reengineering, BPR) αφορά στην εφαρμογή ριζικών αλλαγών στις επιχειρηματικές διαδικασίες, συνδυάζοντας ενέργειες για την εξάλειψη οποιασδήποτε ζημιογόνου διαδικασίας και για τον περιορισμό στο ελάχιστο εργασιών που επαναλαμβάνονται και που απαιτούν ευρεία χρήση εγγράφων και γραφειοκρατικών ελέγχων. Σκοπός του BPR είναι η μείωση του κόστους και η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, καθώς επίσης και η μεγιστοποίηση των ωφελειών της πληροφοριακής τεχνολογίας. Η διαδικασία αυτή του επανασχεδιασμού των λειτουργιών συχνά καταλήγει σε υπερβολή, με αποτέλεσμα την παραγωγή αρνητικών αποτελεσμάτων. Από την στιγμή που το ERP προτείνει κάποιες βέλτιστες επιχειρηματικές τεχνικές, μπορεί να θεωρηθεί ότι κάνει σε κάποιο βαθμό, επανασχεδιασμό των λειτουργιών.[18]

2.2 CRM (Customer Relationship Management)

Πρόκειται για μεθοδολογία, λογισμικό και τεχνολογίες, τα οποία εστιάζουν στην αυτοματοποίηση και στη βελτίωση των επιχειρησιακών διαδικασιών που σχετίζονται με

τη διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες στους τομείς των πωλήσεων, του μάρκετινγκ, της παροχής υπηρεσιών και της υποστήριξης. Το λογισμικό του CRM όχι μόνο διευκολύνει το συντονισμό των παραπάνω τομέων, αλλά βοηθά στην ύπαρξη διαφόρων καναλιών επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων της προσωπικής επαφής, του παραδοσιακού ταχυδρομείου, του e-mail, του web καθώς και οποιουδήποτε άλλου μέσου. Κατά συνέπεια, η επιχείρηση μπορεί να επικοινωνήσει με τον πελάτη με τον τρόπο που προτιμά ο τελευταίος. Με το CRM η επιχείρηση «εντυπωσιάζει» τους πελάτες της παρέχοντάς τους άμεση και αποτελεσματική επικοινωνία, διατηρώντας ταυτόχρονα σταθερή σχέση με τον καθένα. Με την αξιοποίηση τεχνολογιών πληροφορικής η επιχείρηση αποκτά πιστούς πελάτες, παρέχει προσωποποιημένες υπηρεσίες προς αυτούς, αποκτά καλύτερη γνώση για το τι θέλουν και, βέβαια, αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.[19]

Το CRM είναι ένα μοντέλο το οποίο συνδυάζει τη σκέψη του management, την τεχνολογία και τις επιχειρηματικές πρακτικές. Είναι μια προσέγγιση που δίνει τη «μεγάλη εικόνα», ενοποιώντας τις πωλήσεις, τη διεκπεραίωση των παραγγελιών και τους πελάτες, ενώ ως συντονιστής ενοποιεί όλα τα σημεία επαφής με αυτούς, καθ' όλο τον κύκλο της επαφής τους με την επιχείρηση. Το CRM βοηθά την επιχείρηση να προσέξει καλύτερα συγκεκριμένους πελάτες, παρέχοντάς τους άμεσες και αποτελεσματικές υπηρεσίες, ενισχύοντας έτσι τη σχέση της επιχείρησης με καθέναν από αυτούς. Το CRM αξιοποιεί την τεχνολογία για την αύξηση της πελατειακής πίστης, την κατανόηση του πελάτη και φυσικά την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Σύμφωνα με μελέτες, το CRM βοηθά στην αύξηση των πωλήσεων κατά τουλάχιστον 10% κατά το πρώτο έτος χρήσης του.[20]

2.2.1 Πρακτικά τι παρέχει το CRM στην φαρμακαποθήκη

- Βοηθά το τμήμα μάρκετινγκ να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά των καλών πελατών/φαρμακείων της επιχείρησης προσαρμόζοντας έτσι κατάλληλα τις δραστηριότητές του απέναντί τους. «Καλοί» πελάτες είναι φυσικά αυτοί που πραγματοποιούν μεγάλο τζίρο, που είναι συνεπείς στις οικονομικές τους υποχρεώσεις και που γενικά είναι συνεργάσιμοι. Το τμήμα μάρκετινγκ κατηγοριοποιεί τους πελάτες της εταιρίας και διαμορφώνει την αντιμετώπιση της εταιρίας προς αυτούς με ευνοϊκότερους ίσως όρους συνεργασίας.
- Η επικοινωνία με τον πελάτη βοηθά τους πωλητές να δημιουργήσουν καλύτερες σχέσεις με αυτόν, ενώ ταυτόχρονα, έχοντας στη διάθεσή τους όλες τις πληροφορίες γι' αυτόν, μπορούν να ανταποκριθούν άμεσα και ουσιαστικά. Η καταγραφή των προβλημάτων των πελατών, αναφορικά με τις ποσότητες, τις κατηγορίες των φαρμάκων που παραγγέλνουν, τους χρόνους αποστολής, την κατάσταση στην οποία παραλαμβάνουν τα δέματά τους κλπ καθώς και άλλες πληροφορίες κάθε είδους είναι στοιχεία που «δένουν» τον πελάτη με την εταιρία, εφόσον και αυτή τα αξιοποιήσει κατάλληλα.
- Η πληροφορία που παράγεται από τις επαφές διάφορων τμημάτων με τον πελάτη είναι διαθέσιμη προς όλους μέσα στην επιχείρηση, με αποτέλεσμα να είναι εύκολος ο εντοπισμός των σημαντικότερων πελατών και κατά συνέπεια να μπορεί η επιχείρηση να παράσχει σε αυτούς πιο επικεντρωμένες υπηρεσίες. Το λογιστήριο σε συνεργασία με το τμήμα μάρκετινγκ και πωλήσεων μπορούν να μελετήσουν τις αναλύσεις που τους παρέχει το CRM και να διαμορφώσουν ανάλογη στρατηγική για τους πελάτες.
- Η επιχείρηση διευκολύνεται να βελτιώσει τις πωλήσεις από απόσταση (τηλεπωλήσεις). Στο σημείο αυτό παίζει ρόλο και η επιχειρηματική κατασκοπεία,

καθώς τροφοδοτεί την επιχείρηση με στοιχεία των ανταγωνιστών, των άλλων φαρμακαποθηκών που δρουν σε μακρινές περιοχές στις οποίες θέλει να στοχεύσει η επιχείρηση.

- Γίνεται ευκολότερη η διαχείριση των λογαριασμών των πελατών, καθώς η πληροφορία είναι διαθέσιμη σε πολλά στελέχη και τμήματα της επιχείρησης. Ο πελάτης δεν χρειάζεται να μιλήσει με τον συγκεκριμένο υπάλληλο (υπεύθυνο ταμείου) που χειρίζεται τα θέματά του, αλλά μπορεί να εξυπηρετηθεί και από άλλους υπαλλήλους που έχουν πρόσβαση στα δεδομένα του CRM, για παράδειγμα με το άτομο στο οποίο δίνει τηλεφωνικώς την καθημερινή παραγγελία του.
- Οι υπάλληλοι της επιχείρησης έχουν την απαιτούμενη πληροφορία και τις διαδικασίες που χρειάζονται για να κατανοήσουν τις πελατειακές ανάγκες.

Ο βασικός λόγος για τον οποίο όλες οι επιχειρήσεις επιθυμούν να ενισχύσουν τις σχέσεις τους με τους πελάτες είναι επειδή οι πιστοί πελάτες είναι πιο προσοδοφόροι για την επιχείρηση, είναι ευκολότερη και οικονομικότερη η εξυπηρέτησή τους, έχουν λιγότερα ερωτήματα και έχουν προσαρμόσει τη συμπεριφορά τους για τη διατήρηση καλών σχέσεων με τον εκάστοτε προμηθευτή. Ειδικά στο χώρο του φαρμάκου, η διατήρηση καλών σχέσεων του πελάτη με τον προμηθευτή του είναι μεγάλης σημασίας για το φαρμακείο, γιατί μπορεί να «κερδίσει» σε περιόδους ελλείψεων ορισμένων ειδών, όπου οι φαρμακαποθήκες δίνουν με μεγάλη φειδώ τα είδη που είναι σε έλλειψη, προκειμένου να καλύψουν πρώτα τις ανάγκες της αγοράς και των «καλών» πελατών τους. Ο πιστός πελάτης ενδιαφέρεται λιγότερο για την τιμή. Καθώς ενισχύεται η σχέση μαζί του, ο τελευταίος είναι λιγότερο επιρρεπής στα μηνύματα του ανταγωνισμού και, προκειμένου να συνεχίσει να λαμβάνει την αξία που έχει συνηθίσει, είναι πολλές φορές διατεθειμένος να πληρώνει με τους όρους του προμηθευτή του. Τέλος, οι πιστοί πελάτες είναι η

καλύτερη διαφήμιση για την προσέλκυση νέων, γεγονός που μειώνει και το κόστος αναζήτησης και απόκτησής τους.[21,22]

2.2.2 Προϋποθέσεις για την υλοποίηση λύσης CRM

Πρωταρχικό βήμα είναι η καταγραφή των απαιτήσεων της επιχείρησης, των κατηγορών των πελατών που έχει, της συχνότητας των πωλήσεων, των τομέων που αυτές αφορούν, των πωλητών και των προβλημάτων που οι πελάτες μπορεί να αντιμετωπίσουν με τα προϊόντα της επιχείρησης. Στη συνέχεια, πρέπει να ληφθούν υπόψη: το ανθρώπινο δυναμικό που θα απαιτηθεί, οι οικονομικές απαιτήσεις, οι απαιτήσεις σε χώρο και γενικά πρακτικά θέματα. Όλα τα παραπάνω μπορούν να εξεταστούν σε συνεργασία με κάποιο σύμβουλο για το CRM ή τον προμηθευτή του πληροφοριακού συστήματος.

2.2.3 CRM και μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Είναι γεγονός ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάνουν αναλογικά μεγαλύτερη επένδυση στο CRM απ' ότι οι μεγαλύτερες, με την έννοια ότι η απόδοσή της επιμερίζεται σε λιγότερους ανθρώπους και απαιτούνται περισσότερο άμεσες και σημαντικές αλλαγές. Επίσης, τόσο ο χρόνος όσο και τα διαθέσιμα κεφάλαια είναι περισσότερο περιορισμένα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κρίνεται σκόπιμο να αντιμετωπιστεί με προσοχή η εγκατάσταση συστημάτων CRM σε αυτές. Σε κάθε περίπτωση, πρέπει να γίνει συνείδηση ότι το CRM δεν μπορεί να αποδώσει σε μη πελατοκεντρικές εταιρίες.[23]

2.2.4 CRM και Knowledge Management

Μέχρι πρόσφατα, πολλές επιχειρήσεις λειτουργούσαν επιτυχώς βασισμένες στην ατομική γνώση μερικών βασικών στελεχών τους. Σε μια φαρμακαποθήκη, όπου ο χώρος του φαρμάκου και της συγκεκριμένης αγοράς παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της στρατηγικής που θα ακολουθήσει η εταιρία, η εξατομικευμένη γνώση -που προέρχεται κυρίως από την εμπειρία παλαιότερων στελεχών- είναι μέγιστης αξίας και αναντικατάστατη, ωστόσο το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον απαιτεί την πλήρη αξιοποίηση της συλλογικής επιχειρηματικής γνώσης του συνόλου της εταιρίας. Η επιχειρηματική γνώση βρίσκεται ενσωματωμένη τόσο στις δεξιότητες των στελεχών μιας εταιρίας, όσο και στα συστήματα που χρησιμοποιεί (τα χειρόγραφα, αλλά κυρίως στα πληροφοριακά συστήματα), στα δίκτυα (είτε άτυπα είτε τυπικά) μεταξύ των στελεχών και στις επιχειρηματικές λειτουργίες. Συνεπώς η πρόκληση για τη σύγχρονη επιχείρηση είναι να αναπτύξει συστηματικούς και μεθοδικούς μηχανισμούς διοίκησης και ανάπτυξης της επιχειρηματικής γνώσης, να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες και να περιορίσει τις ελλείψεις του γνωστικού της ενεργητικού. Την πρόκληση αυτή καλείται να αντιμετωπίσει η σύγχρονη διοικητική πρακτική της διαχείρισης γνώσης (knowledge management).[20]

Στα αρχεία που διατηρεί η κάθε επιχείρηση για τους πελάτες της υπάρχει συγκεντρωμένη γνώση. Κάθε επαφή, αίτηση ή επικοινωνία λέει στην επιχείρηση περισσότερα για τον πελάτη. Ο καλύτερος τρόπος για την αξιοποίηση αυτής της γνώσης είναι η απαγκίστρωσή της από την εμπειρία, η οργάνωσή της και η παροχή της προς όλους τους εργαζόμενους, ώστε να βοηθηθούν στη δημιουργία καλών σχέσεων με τους πελάτες. Η βασική ιδέα πίσω από αυτό είναι ότι ο πελάτης πρέπει να νιώθει σημαντικός για την επιχείρηση και ότι όλες του οι απαιτήσεις ικανοποιούνται από αυτήν. Κάθε πελάτης πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ξεχωριστή οντότητα και με τη χρήση της γνώσης ως

εργαλείο, να ενδυναμώνεται η σχέση με αυτόν. Σε αυτό το σημείο σχετίζεται το CRM με το Knowledge Management, όχι απλώς για την παροχή πληροφοριών προς τον πελάτη, αλλά και για την χρήση της γνώσης που έχει συσσωρευτεί στην επιχείρηση, ώστε να αναλάβει η τελευταία εκείνες τις πρωτοβουλίες που θα καλύψουν τις όποιες ανάγκες προκύψουν.

2.3 LOGISTICS

(National Council of Physical Distribution Management):

Η διαδικασία σχεδιασμού, εφαρμογής και ελέγχου ενός αποτελεσματικού συστήματος χειρισμού υλικών και στοιχείων κόστους από το σημείο παραγωγής έως το σημείο κατανάλωσης για ικανοποίηση πελάτη.

Ο ορισμός που δίνει το National Council of Physical Distribution Management για τα logistics επισημαίνει την αρμονική λειτουργία όλης της εφοδιαστικής αλυσίδας, με την επεξεργασία των πληροφοριών που εξάγονται σε κάθε στάδιο και αξιοποίησής της με τέτοιο τρόπο ώστε ο έλεγχος της πορείας της επιχείρησης να είναι ικανοποιητικός και σύμφωνος με τα επιχειρησιακά δεδομένα. Logistics, σύμφωνα με άλλον ορισμό, είναι η τέχνη και ταυτόχρονα η επιστήμη της διοίκησης της τεχνικής μεθοδολογίας και των τεχνικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον σχεδιασμό, τον προσδιορισμό των απαιτήσεων, την απόκτηση, την διατήρηση και διάθεση των παραγωγικών πόρων και μέσων που υποστηρίζουν τους στόχους, την στρατηγική, τη τακτική και τον έλεγχο μιας επιχείρησης. Έτσι προσδιορίζεται η συνολική διαδικασία των logistics από ένα θεμελιώδη αλλά κατ' ουσία θεωρητικό ορισμό και ίσως όχι τόσο λειτουργικό. Όλη αυτή την εργασία της διαχείρισης του συνόλου των πληροφοριών έτσι ώστε να υπάρχει

ανταπόκριση του συστήματος στον ορισμό που προαναφέρθηκε, την αναλαμβάνει το logistics information system.[24,26]

Τα logistics διαχωρίζονται σε υποκατηγορίες οι οποίες είναι: τα business logistics, τα systems logistics, τα medical logistics, τα reverse logistics ή integrated logistic support.

Μέσω του πληροφοριακού συστήματος logistics είναι δυνατόν να επεξεργαζόμαστε και να αξιοποιούμε όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν τις λειτουργίες των logistics μιας επιχείρησης. Επίσης πρέπει να τονισθεί ότι για την λειτουργία ενός τέτοιου συστήματος απαιτείται η συνεχής συνεργασία με τις διευθύνσεις μάρκετινγκ και παραγωγής της επιχείρησης έτσι ώστε α) να προσδιοριστούν τα επίπεδα εξυπηρέτησης των πελατών β) να καθοριστούν οι ανάγκες των πελατών για καλύτερη εξυπηρέτηση τους γ) να καταγραφούν οι αντιδράσεις των πελατών στην παρεχόμενη εξυπηρέτηση δ) να καθορίζονται κάθε φορά ξεχωριστά συγκεντρωτικές ποσότητες για τις παραγγελίες προμηθειών και ε) να επιτυγχάνεται συντονισμός του ρυθμού και του χρόνου παραγωγής με τις γενικότερες δραστηριότητες των logistics. [25,27]

Η έννοια των logistics περιγράφει έναν ευρύ τομέα προσπαθειών που αποτελείται από πολλές συμπληρωματικές δραστηριότητες εντός και εκτός επιχείρησης. Οι δραστηριότητες αυτές έχουν στόχο να υποστηρίξουν τα επιχειρηματικά και επιχειρησιακά σχέδια των οργανισμών. Έτσι τα logistics εμπλέκονται στην ανάλυση, την σύνθεση και τον καθορισμό των πόρων που απαιτείται, έτσι ώστε να επιτευχθεί ένας σκοπός ή να έλθει σε πέρας μια εταιρική διαδικασία κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες.[28].

Τα business logistics είναι η διαδικασία του σχεδιασμού της υλοποίησης και του ελέγχου της επιτυχημένης και της αποτελεσματικής – κυρίως από άποψη κόστους – ροής των πάσης φύσεως υλικών, από την πρώτη ύλη έως το τελικό προϊόν, και όλων των υπόλοιπων σχετιζόμενων πληροφοριών, από την πηγή προμήθειας ως τον τελικό καταναλωτή. Ο θεμελιώδης αυτός περιορισμός στο περιβάλλον των επιχειρήσεων

σημαίνει ότι τα business logistics είναι υπεύθυνα για τη διάθεση υλικών όλων των κατηγοριών, στην κατάλληλη ποσότητα, ποιότητα, τόπο και χρόνο, και στο χαμηλότερο δυνατό κόστος αξιοποιώντας παράλληλα όλους τους διαθέσιμους πόρους. Έτσι, όταν συζητούμε για logistics στην σύγχρονη επιχείρηση εννοούμε τη φυσική διανομή των προϊόντων από την επιχείρηση στον τελικό καταναλωτή, δεύτερον τη υποστήριξη της παραγωγής με όλο το απαιτούμενο υλικό σε κάθε φάση της (πρώτες ύλες, ημιέτοιμα προϊόντα, υλικά συσκευασίας) και τρίτον εννοούμε τις προμήθειες για την απόκτηση όλου του απαραίτητου υλικού για την απλοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.[26]

Τα πεδία αναφοράς των logistics είναι αρχικά:

- Η εξυπηρέτηση του πελάτη.
- Η πρόβλεψη της ζήτησης.
- Οι επικοινωνίες διανομής.
- Ο έλεγχος των αποθεμάτων.
- Ο χειρισμός των υλικών.
- Η διαδικασία της παραγγελίας.

Αυτό σημαίνει ότι τα logistics αποτελούν μια στρατηγική απόφαση και απαιτούν στρατηγικό σχεδιασμό για την οποιαδήποτε επιχείρηση αποφασίσει να τα εφαρμόσει στο σύνολο της. Οι στρατηγικές ερωτήσεις που πρέπει να διατυπώνονται είναι:

1. Ποιο είναι το επίπεδο υπηρεσίας που περιμένουν οι πελάτες μας;
2. Ποιο είναι το επίπεδο υπηρεσίας που προσφέρουν οι ανταγωνιστές μας;
3. Ποιοι είναι οι παράγοντες που επιδρούν στις απαντήσεις αυτών των ερωτήσεων;
4. Ποιος είναι ο βαθμός εμπιστοσύνης που έχουν οι πελάτες στα προϊόντα της εταιρείας μας;
5. Ποιος είναι ο βαθμός εμπιστοσύνης που έχουν οι πελάτες στα προϊόντα των ανταγωνιστών;

6. Ποια είναι η κρισιμότητα-αναγκαιότητα των προϊόντων της εταιρείας για τους πελάτες;
7. Ποια είναι η επιρροή των υπηρεσιών πωλήσεων;
8. Ποιο είναι το κόστος των προϊόντων;
9. Ποια είναι τα επίπεδα των υπηρεσιών μετά την πώληση;
10. Πώς επιτυγχάνουν οι ανταγωνιστές μας τα επίπεδα των υπηρεσιών που, κατά την γνώμη μας, επιτυγχάνουν;
11. Πρέπει να γίνει ανάλυση της κίνησης των προϊόντων του ανταγωνιστού; Τοποθεσίες του εργοστασίου και των αποθηκών; Στρατηγική παραγωγής; Μέθοδοι μεταφοράς; Στρατηγική συμμαχιών;
12. Μέσω ποιών καναλιών πρέπει να διαθέτουμε τα προϊόντα μας;
13. Ποιου τύπου είναι αυτά τα κανάλια;
14. Τι διάταξη θα πρέπει να έχουν;
15. Ποιες γεωγραφικές περιοχές πρέπει να καλύπτουμε;
16. Πότε διατίθενται τα προϊόντα;
17. Πώς διατίθενται τα προϊόντα;
18. Έχουμε αποθήκες;
19. Ποιος είναι ο τρόπος μεταφοράς των προϊόντων;

Αυτά είναι μια σειρά ερωτημάτων τα οποία αφορούν το πρώτο μέρος των πεδίων στα οποία δραστηριοποιούνται τα logistics. [27]

Οι λειτουργίες των logistics αφορούν στην αποθήκη, την επιλογή δηλαδή του χώρου εγκατάστασης κτλ., την προμήθεια των προϊόντων, την συσκευασία των προϊόντων, τον χειρισμό των επιστρεφόμενων υλικών, τον χειρισμό και τη διάθεση ελαττωματικών προϊόντων, τη μεταφορά, την αποθήκευση και το κόστος αποθήκευσης.

Είναι ξεκάθαρο λοιπόν ότι μια φαρμακαποθήκη είναι η επιχείρηση που περικλείει ολοκληρωτικά στις διαδικασίες της τις λειτουργίες των logistics. Καταρχήν πρόκειται για μια αποθήκη. Αυτό σημαίνει ότι αποτελείται από χώρους εκφόρτωσης, ταξινόμησης και ελέγχου των φαρμάκων, τοποθέτησης στους κατάλληλους αποθηκευτικούς χώρους, picking, ελέγχου πριν την αποστολή και τελικής φόρτωσης των παραγγελιών. Ζητήματα που απασχολούν την αποθήκευση είναι π.χ με τι μέσα θα γίνει η εκφόρτωση, ο έλεγχος και η ταξινόμηση των φαρμάκων (ημερομηνία λήξης, χτυπημένες συσκευασίες), επίσης ο έλεγχος του περιεχομένου και της σειράς εκτέλεσης και αποστολής των παραγγελιών, η λήψη επιπλέον μέτρων για την ασφάλεια του φορτίου, καθώς και θέματα που έχουν να κάνουν με την καλύτερη εκμετάλλευση του χώρου, την ασφαλή διακίνηση των παλετών μέσα στην αποθήκη, το χρόνο ανταπόκρισης στη ζήτηση. Το επόμενο θέμα που απασχολεί την φαρμακαποθήκη είναι οι μεταφορές. Ο τρόπος με τον οποίο φθάνουν τα φάρμακα από τους προμηθευτές προς την εταιρία και τα μέσα αποστολής των παραγγελιών προς τους πελάτες. Πρέπει αρχικά να αποφασιστεί αν συμφέρει την φαρμακαποθήκη να έχει δικά της οχήματα ή να κάνει ανάθεση των μεταφορών σε τρίτους (outsourcing) και σε ποιες περιπτώσεις. Η συνεργασία με μεταφορικές εταιρίες συναντάται συχνότερα στις φαρμακαποθήκες για τη μεταφορά μεγάλου όγκου εμπορεύματος. Μάλιστα υπάρχουν μεταφορείς εξειδικευμένοι στη μεταφορά φαρμάκων, όπως για παράδειγμα οι εταιρίες ΕΞ.ΥΠ, DANZAS, Frigo-Trans που διαθέτουν ειδικά οχήματα για το σκοπό αυτό. Στην τοπική διανομή σε φαρμακεία οι περισσότερες φαρμακαποθήκες διαθέτουν κάποια οχήματα που εξυπηρετούν τα καθημερινά δρομολόγια. Άλλο πολύ σημαντικό ζήτημα των logistics που εφαρμόζεται σε μια φαρμακαποθήκη είναι ο έλεγχος του ύψους των αποθεμάτων που διατηρεί. Ο σωστός προγραμματισμός διάθεσης των ειδών, οι προβλέψεις της ζήτησης για κάποια φάρμακα (υπάρχει εποχικότητα στη ζήτηση πολλών φαρμάκων, όπως αύξηση των αντιγριπικών εμβολίων τον χειμώνα, των αντιαλλεργικών φαρμάκων την άνοιξη κλπ.) και η έγκαιρη

αποστολή των παραγγελιών προς τους προμηθευτές παίζουν καθοριστικό ρόλο στην εξυπηρέτηση των πελατών της εταιρίας και πολλές φορές μπορεί να χαθούν και πελάτες από μια αδυναμία της επιχείρησης να καλύψει τις ανάγκες τους και ταυτόχρονα την εμφάνιση ενός ισχυρού ανταγωνιστή που τους προσφέρει αυτό που ζητούν.

Επόμενα ερωτήματα που μπορεί να αφορούν τις ανωτέρω δραστηριότητες είναι αν έχουμε αποτυπώσει το σημείο του κύκλου ζωής των logistics στο οποίο βρίσκεται η εταιρεία μας για κάθε προϊόν. Ο κύκλος γενικά αρχίζει από μια σειρά παραγωγής για τοπική χρήση. Κατόπιν και καθώς ο όγκος αυξάνεται, παράγονται καινούριες ποσότητες, οπότε αυξάνονται οι ποσότητες παράδοσης και μειώνεται το κόστος των logistics.[28,29]

Κάθε στάδιο του κύκλου ζωής των logistics απαιτεί διαφορετικές διαδικασίες βιομηχανοποίησης, σχεδιασμού και κατάστασης, μεταφορών, μεθόδων διεκπεραίωσης και εντολών. Ακόμα μπορούμε να αναρωτηθούμε σε ποιο βαθμό έχουμε πείσει τους εαυτούς μας, ότι οι στρατηγικές που έχουμε προκρίνει ανταποκρίνονται στο επιθυμητό κόστος και εκτιμώνται περισσότερο από τους καταναλωτές. Επίσης τι επιπτώσεις μπορεί να έχουν οι τεχνολογικές τάσεις για την εταιρεία μας. Αν εφαρμόζουν σύγχρονες μεθόδους για τις προμήθειες μας, τη συσκευασία, για τον χειρισμό των επιστρεφόμενων υλικών ή τη μεταφορά, για τον τρόπο αποθήκευσης κτλ. Το κομβικό βέβαια ερώτημα είναι σε ποιο βαθμό η στρατηγική των logistics είναι προσανατολισμένη και ενταγμένη στην γενικότερη στρατηγική της επιχείρησης. Επίσης δευτερεύον του παραπάνω είναι αν η στρατηγική των logistics λαμβάνει σοβαρά υπόψη στην αποσυμφόρηση, και όχι μόνο, διαδικασίες για να επιτύχει χαμηλό κόστος, γιατί εντέλει το χαμηλό κόστος είναι αυτό που είναι επιθυμητό για την επιχείρηση.

Ως εξόδους του συστήματος logistics μπορούμε να ορίσουμε τέσσερις παράγοντες:

1. Η σωστή λειτουργία ενός συστήματος logistics σημαίνει κοστολογικά ότι είμαστε καλύτερα από τον ανταγωνισμό γιατί μπορούμε να είμαστε περισσότερο

αποτελεσματικοί. Αυτό σημαίνει ότι η εταιρεία μπορεί να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Άλλωστε η γρήγορη ανταπόκριση μέσω της σωστής λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας αποτελεί ένα από τα θεμελιώδη, στρατηγικά μάλιστα, ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα οποιασδήποτε επιχείρησης. Ειδικά στη σημερινή εποχή αυτό που ζητά ο πελάτης της οποιαδήποτε επιχείρησης είναι η γρήγορη ανταπόκριση της στις απαιτήσεις διανομής και εξυπηρέτησης.

2. Δεύτερη έξοδος ενός συστήματος logistics είναι η χρησιμότητα χρόνου και τόπου. Χρησιμότητα χρόνου και τόπου με την έννοια της εκμετάλλευσης ολόκληρου του συστήματος logistics έτσι ώστε να μπορεί και πάλι η επιχείρηση να οδηγηθεί στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

3. Τρίτη έξοδος είναι η αποτελεσματική μετακίνηση των προϊόντων στον πελάτη. Αποτελεσματική μετακίνηση των προϊόντων στον πελάτη σημαίνει και πάλι ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εξαιτίας της αποτελεσματικής ανταπόκρισης στη ζήτηση.

4. Τέταρτη έξοδος είναι το ότι αποτελεί περιουσιακό στοιχείο της εταιρείας. Η λειτουργία των logistics εντός της επιχείρησης περιλαμβάνει και πάγια στοιχεία βεβαίως, αλλά αποτελεί περιουσιακό στοιχείο της εταιρείας κυρίως σχετιζόμενο με την κατοχή και χρήση δεδομένης τεχνογνωσίας από αυτή.

Ένα σημείο το οποίο θα πρέπει να σημειωθεί ως τάση στην διοίκηση των logistics είναι η αύξηση των διεθνών οδηγιών και των διεθνών κειμένων που αφορούν στην ανάπτυξη εμποδίων για τον ανταγωνισμό μεταξύ των διαφόρων χωρών. Συνεπώς επιχειρήσεις που θα δραστηριοποιηθούν σε μια νέα αγορά θα πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην μελέτη αυτών των διεθνών οδηγιών και κειμένων, τα οποία υπαγορεύουν συγκεκριμένο τρόπο και πολιτική ενεργοποίησής τους σε συγκεκριμένες αγορές.

Άλλη τάση είναι η αύξηση στην χρήση ξένων αποθηκευτικών χώρων. Ήδη προαναφέρθηκε η τάση που επικρατεί σήμερα και η οποία υπαγορεύει την μεταφορά της αποθήκης σε προηγούμενα στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού. Η αύξηση στη χρήση

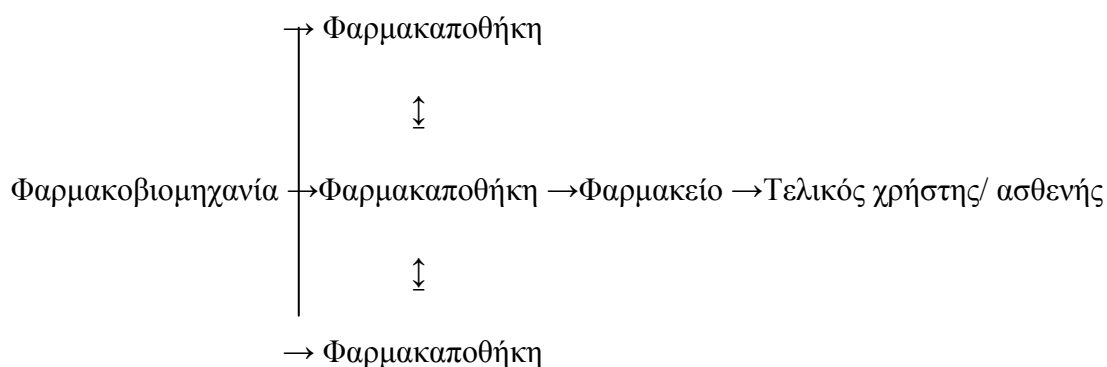
ξένων αποθηκευτικών χώρων είναι μια ανάγκη η οποία προέρχεται από την απαίτηση των καταναλωτών για άμεση ανταπόκριση στην ζήτηση σε συγκεκριμένες αγορές.

Επίσης, μια ακόμα τάση στην διοίκηση των logistics είναι η αύξηση του αριθμού των μικρών επιχειρήσεων που ασχολούνται με εξαγωγές, γεγονός το οποίο προέρχεται από τη διεθνοποίηση και παγκοσμιοποίηση των αγορών σήμερα. Η αύξηση του αριθμού των μικρών επιχειρήσεων που ασχολούνται με εξαγωγές απαιτεί μία προσεκτικότερη εκτίμηση του κυκλώματος της εφοδιαστικής αλυσίδας, το οποίο σε συνδυασμό με την αύξηση των εισαγωγών πρέπει να ειπωθεί σε στρατηγικό επίπεδο για τις επιχειρήσεις, είτε αυτές κάνουν εισαγωγές είτε κάνουν εξαγωγές.[30]

2.4 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι ο όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη διαχείριση υλικών και πληροφοριών κατά μήκος μιας αλυσίδας εφοδιασμού από τους προμηθευτές στους παραγωγούς μερών προϊόντων και από αυτούς στους τελικούς «συναρμολογητές» και από αυτούς στη διανομή (αποθήκες και λιανοπωλητές) και τελικά στον καταναλωτή.[31,32] Συχνά περιλαμβάνει και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση καθώς επίσης και τις επιστροφές ή την ανακύκλωση.

Η εφοδιαστική αλυσίδα στην οποία εντάσσεται μια φαρμακαποθήκη έχει τη μορφή:



Ανάμεσα στους «σταθμούς» από όπου περνάει το φάρμακο μέχρι τον τελικό χρήστη υπάρχουν οι μεταφορές. Επίσης φαίνεται ότι οι φαρμακαποθήκες έχουν και μεταξύ τους συναλλαγές, αυτό όμως συμβαίνει μόνο στην περίπτωση που κάποια φαρμακαποθήκη πραγματοποιεί εξαγωγές και προσπαθεί να συγκεντρώσει τα φάρμακα στις ποσότητες που χρειάζεται, αγοράζοντάς τα από άλλες φαρμακαποθήκες, συχνά με ειδικούς όρους και μεταξύ τους διακανονισμούς. Έχει μεγάλη σημασία στην εφοδιαστική αλυσίδα μιας φαρμακαποθήκης η ταχύτητα στην εξυπηρέτηση καθ' όλο το μήκος της αλυσίδας και φυσικά η ποσότητα εφοδιασμού του κάθε τμήματος.

2.4.1 ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΑ LOGISTICS ΚΑΙ SUPPLY CHAINS

Ο σύγχρονος ανταγωνισμός γίνεται σήμερα με όρους εφοδιαστικής αλυσίδας και πλέον μπορούμε να μιλάμε για ανταγωνισμό σε επίπεδο αλυσίδων εφοδιασμού και όχι σε επίπεδο επιχειρήσεων. Στην ουσία έχει καταργηθεί ο απλός ανταγωνισμός της εταιρείας προς εταιρεία και έχει μεταφερθεί στο πεδίο ανταγωνισμού συνολικά αλυσίδων εφοδιασμού. Ο λόγος είναι προφανής με βάση τα όσα προαναφέρθηκαν για τον ορισμό των logistics και business logistics διότι όλα εξαρτώνται από τον συντονισμό, από τον καλύτερο συντονισμό των προμηθευτών της παραγωγής για την ικανοποίηση των πελατών.[33,38]

Μια επιχείρηση δεν μπορεί να υλοποιήσει τις δραστηριότητες των logistics χωρίς να συμπεριλάβει μια σειρά λειτουργιών εντός της:

Πρώτο, τα μεταφορικά μέσα: η επιχείρηση πρέπει να προσδιορίσει το σωστό αριθμό, το μέγεθος και το είδος τους, προκειμένου να μεταφερθεί το προϊόν από και προς την επιχείρηση.

Δεύτερο, η διαχείριση των διανομών: πρέπει να υπολογίσει τον απόλυτο καθορισμό βελτιστοποιημένων δρομολογίων και τον χρόνο παράδοσης των προϊόντων προκειμένου όλα να γίνουν στην ώρα τους.

Τρίτο, οι αποθηκευτικοί χώροι: αποτελούν ζωτικό σημείο λειτουργίας για την επιχείρηση, για τη σωστή διαχείριση του χώρου, καθώς πρέπει να μελετηθεί με μεγάλη σχολαστικότητα η θέση της αποθήκης, το μέγεθός της, ο εξοπλισμός της, η χωροταξία της γενικά κ.τ.λ.

Τέταρτο, τα αποθέματα: η εταιρία πρέπει να δίνει μεγάλη σημασία στον καθορισμό των ειδών των προϊόντων, τα οποία θα αποθεματοποιούνται, στο ύψος των αποθεμάτων, στα σημεία αναπαραγγελίας, στα μοντέλα παρακολούθησης προγραμματισμού και ελέγχου αποθεμάτων κ.τ.λ.

Πέμπτο, η ιχνηλασιμότητα: σημαίνει αποτύπωση του τι έχει διαθέσει, πού και τι έχει η επιχείρηση προμηθευτεί προκειμένου να διευκολυνθεί η διαδικασία ανάκλησης προϊόντων σε περίπτωση προβλημάτων.

Έκτο, οι προμήθειες: είναι υψίστης σημασίας ζήτημα γιατί η επιλογή προμήθειας, ο καθορισμός των κριτηρίων επιλογής προμηθευτών και πολιτικής ποιότητας πρώτων υλών, κ.τ.λ., αντανακλά στη συνολική λειτουργία της επιχείρησης.

Έβδομο, το προσωπικό: Αφορά αποκλειστικά την επιχείρηση γιατί η ίδια θέτει τα δικά της κριτήρια και απαιτήσεις, τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά, για την υλοποίηση ενός συγκεκριμένου επιχειρηματικού σχεδίου.

Όγδοο, η εκπαίδευση του προσωπικού: επιβάλλεται η κατάρτιση του προσωπικού, απαιτείται ο προσδιορισμός και η παροχή της απαιτούμενης εκπαίδευσης προκειμένου να είναι σε θέση να φέρει σε πέρας με επιτυχία το έργο που του έχει ανατεθεί.

Ένατο, οι εγκαταστάσεις: διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για την διεκπεραίωση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας.

Δέκατο, η τεκμηρίωση: δηλαδή η ανάπτυξη γραπτών οδηγιών και διαδικασιών για το σύνολο δραστηριοτήτων της επιχείρησης, γεγονός που σημαίνει σύνταξη εγχειριδίων και λοιπών γραπτών οδηγιών που είναι ουσιαστικές για τη σωστή και άρτια διεξαγωγή των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας.[34,37]

2.4.2 ΠΟΛΥΠΛΟΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Η διαχείριση των αποθεμάτων στο σύνολο της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι εξαιρετικά πολύπλοκη για τον προφανή λόγο ότι ο καθένας εξαρτάται από τον προηγούμενο του. Αυτό σημαίνει ότι οι αποφάσεις του ενός επιπέδου μεταφέρονται στο άλλο, είτε είναι το προηγούμενο αυτό είτε το επόμενο και δημιουργείται το εξής πρόβλημα: υπάρχει διαφορά στην μεταβλητότητα ανταπόκρισης του καθενός κρίκου της αλυσίδας εφοδιασμού, κατά συνέπεια η διαφορά αυτή μεταφέρεται από τον ένα κρίκο της αλυσίδας στον επόμενο. Η μεταφορά αυτή της μεταβλητότητας δημιουργεί πολύπλοκες καταστάσεις οι οποίες αντιμετωπίζονται με την βοήθεια της τεχνολογίας σήμερα π.χ. τη χρήση λογισμικού για την βελτιστοποίηση των δρομολογίων ενός στόλου μεταφοράς φορτηγών αυτοκινήτων, ψυγείων κ.λ.π. Επίσης η σύγχρονη τάση σήμερα είναι η μηδενική αποθεματοποίηση. Αυτό σημαίνει ότι ο κάθε ένας κρίκος προσπαθεί να μεταφέρει στον προηγούμενο του σχεδόν το σύνολο της αποθήκης του. Άρα στην διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας οι κρίκοι οι οποίοι βρίσκονται στα πρώτα στάδια της, σε σχέση με την διαχείριση αποθεμάτων, είναι οι πλέον πιεσμένοι και αδύναμοι.[35,36]

2.5 INVENTORY CONTROL SYSTEMS

Είναι τα λεγόμενα συστήματα ελέγχου αποθεμάτων. Ο προγραμματισμός και έλεγχος των αποθεμάτων αποτελεί σημαντική επιστημονική περιοχή, η οποία άρχισε να αναπτύσσεται από τις αρχές του αιώνα, θεωρείται μία από τις πλέον καλά μελετημένες περιοχές του μάνατζμεντ. Το αντικείμενο του είναι η ανεξαρτησία μιας οργάνωσης από πηγή πρώτων υλών, τόσο από άποψη θέσεως όσο και από άποψη λειτουργίας.

Η λογική του προγραμματισμού και του ελέγχου των αποθεμάτων σχετίζεται με το ότι διατηρούμε αποθέματα μόνο όταν τα οφέλη που έχουμε από αυτά είναι μεγαλύτερα από ότι δαπανούμε για να τα εξασφαλίσουμε. Συνεπώς ολόκληρη η θεωρία του προγραμματισμού και του ελέγχου των αποθεμάτων σχετίζεται με το πώς μια επιχείρηση μπορεί να διατηρεί αποθέματα με το μέγιστο δυνατό όφελος και το ελάχιστο δυνατό κόστος.[39]

Αν μια επιχείρηση χρειάζεται κάποιες πρώτες ύλες και δεν μπορεί να δημιουργεί αποθέματα από αυτές αναγκάζεται να εγκατασταθεί στην πηγή των πρώτων υλών και να προσαρμόζει τη λειτουργία της στο ρυθμό της παραγωγής τους. Επίσης από τη στιγμή που δεν είναι δυνατό να εγκατασταθεί κοντά στην πηγή των πρώτων υλών είναι αναγκασμένη να δημιουργήσει αποθέματα από πρώτες ύλες, έτσι ώστε να είναι ανεξάρτητη από αυτή τόσο από άποψη θέσεως όσο και από άποψη λειτουργίας. Αυτό σημαίνει ότι εφόσον θέλουμε να κάνουμε ανεξάρτητη μια επιχείρηση άρα και ανεξάρτητα διάφορα στάδια της παραγωγικής της διαδικασίας από την πηγή των πρώτων υλών, τόσο από άποψη θέσεως όσο και από άποψη λειτουργίας, είναι πρακτικά αδύνατο και οικονομικά ασύμφορο να μη δημιουργούμε αποθέματα.

Τα αποθέματα καθιστούν ανεξάρτητα τα διάφορα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας από τη στιγμή που η ύπαρξη πρώτων υλών συνεπάγεται την ύπαρξη ενδιάμεσων

προϊόντων τα οποία μπορούν να παρέχουν την ανεξαρτησία στα διάφορα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.

Μια φαρμακαποθήκη είναι ο καθεαυτό χώρος συγκέντρωσης αποθέματος σε φάρμακα, αφού αυτό εξυπηρετεί τον σκοπό ύπαρξής της. Με την παραγγελία και αποθεματοποίηση μεγάλων ποσοτήτων φαρμάκων η επιχείρηση μπορεί αρχικά να επιτύχει μια καλή έκπτωση που μπορεί να δίνει ένας προμηθευτής. Επίσης μειώνει τον λειτουργικό κίνδυνο από μηδενισμό των αποθεμάτων και διακοπή της εξυπηρέτησης των πελατών της. Ακόμη, είναι προετοιμασμένη, με σωστές προβλέψεις και προγραμματισμό να αντιμετωπίσει τυχόν εποχικές διακυμάνσεις της ζήτησης και της προσφοράς, καλύπτοντας πιθανές καθυστερήσεις των προμηθευτών της. Ένας άλλος παράγοντας είναι το μειωμένο κόστος μεταφοράς και παραλαβών που μπορούμε να έχουμε αγοράζοντας μεγάλες ποσότητες και αποθεματοποιώντας τις. Συνεπώς είναι πρακτικά αδύνατο και οικονομικά ασύμφορο να μην διατηρούμε αποθέματα.

Τα όσα προαναφέρθηκαν σημαίνουν μια σειρά στοιχείων κόστους που θα πρέπει να αντιμετωπίζει η επιχείρηση. Σημαίνει όμως ότι οι ωφέλειες από αποθέματα θα πρέπει να είναι μεγαλύτερες από τις δαπάνες που κάνουμε για την διατήρηση των αποθεμάτων. Για την επίτευξη των παραπάνω ωφελειών από τα αποθέματα θα πρέπει οπωσδήποτε να χρησιμοποιηθεί η θεωρία του προγραμματισμού και του έλεγχου των αποθεμάτων, η οποία διαμορφώνει τους κατάλληλους κανόνες για την διακίνηση των αποθεμάτων.

Οι κανόνες αυτοί βρίσκονται συνήθως από την μαθηματική διερεύνηση τόσο της χρονικής όσο και της ποσοτικής διακίνησης του αποθέματος. Αυτό σημαίνει ότι το πρώτο πράγμα που θα πρέπει να εξεταστεί είναι το μέγεθος του αποθέματος σε συγκεκριμένη θέση. Δηλαδή πόσο πρέπει να πληρωθούν τα πλεονεκτήματα που δημιουργούν τα αποθέματα στη συγκεκριμένη θέση. Στη πράξη το μέγεθος του αποθέματος οι επιχειρήσεις, συνήθως, το καθορίζουν αυθαίρετα ή με βάση την εμπειρία. Όμως με αυτόν τον τρόπο δεν υπάρχουν ικανοποιητικά αποτελέσματα σε σχέση με την

λειτουργία της οργάνωσης γιατί είτε θα υπάρχει πολλές φορές έλλειψη του αποθέματος, είτε θα υπάρχει υπερεπάρκεια. Και οι δύο καταστάσεις, η έλλειψη αλλά και η υπερεπάρκεια αποθέματος είναι ανεπιθύμητες καταστάσεις οι οποίες δεν βοηθούν την επιχείρηση να λειτουργήσει με τον βέλτιστο οικονομικά τρόπο.

Συνεπώς η θεωρία του προγραμματισμού και ελέγχου των αποθεμάτων προσπαθεί να βρει, με βάση τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, την βέλτιστη λύση, την χρυσή τομή θα λέγαμε μεταξύ των δύο ανεπιθύμητων καταστάσεων. [40]

2.5.1 ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΙΝΕΤΑΙ Η ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ

Η επιχείρηση από την στιγμή που χρησιμοποιεί την τεχνική του προγραμματισμού και ελέγχου των αποθεμάτων προσπαθεί να απαντήσει στα εξής: ποια θα είναι η βέλτιστη ποσότητα παραγγελίας ούτως ώστε να μην υπάρχει έλλειψη αποθέματος αλλά και ούτε υπερεπάρκεια, κατά κύριο λόγο, και δεύτερον, αφού βρει την ποσότητα παραγγελίας και γνωρίζει χρόνους παραδόσεως κτλ, σε ποιο χρόνο θα πρέπει να δίνει την παραγγελία ούτως ώστε να μην υπάρχουν οι δύο ανεπιθύμητες καταστάσεις που προαναφέρθηκαν.

2.6 WMS

Η εξέλιξη των συστημάτων διαχείρισης των εμπορευμάτων στις αποθήκες (Warehouse Management Systems, WMS) είναι παρόμοια με αυτήν πολλών άλλων λύσεων λογισμικού. Αρχικά, ως ένα σύστημα για να ελέγξει τη μετακίνηση και την αποθήκευση των υλικών μέσα σε μια αποθήκη εμπορευμάτων, ρόλος του WMS επεκτείνεται ώστε να

συμπεριλαμβάνει τις διαδικασίες της ελαφριάς κατασκευής, της διαχείρισης μεταφορών, της εκτέλεσης παραγγελιών και των πλήρων συστημάτων λογιστικής.

Το αρχικό λογισμικό σχετικό με διαχείριση λειτουργιών ήταν το MRP (Material Requirements Planning) για τον προγραμματισμό απαιτήσεων σε πρώτες ύλες σε εταιρίες κατασκευών. Σύντομα το MRP εξελίχθηκε στο σύστημα προγραμματισμού των πόρων κατασκευής (Manufacturing Resource Planning, MRPII). Τελικά το MRPII εξελίχθηκε στο ERP, ενσωματώνοντας όλη τη λειτουργία του MRPII με τις λειτουργίες διαχείρισης χρηματοοικονομικών πόρων αλλά και διοίκησης των στοιχείων που έχουν να κάνουν με πελάτες και προμηθευτές.

Παρόλο που το WMS συνεχίζει να κερδίζει προστιθέμενη λειτουργικότητα, η αρχική λειτουργία του δεν έχει αλλάξει πραγματικά. Ο αρχικός σκοπός ενός WMS είναι να ελέγχει την μετακίνηση και αποθήκευση των υλικών μέσα σε μια επιχείρηση και να γίνει η επεξεργασία των σχετικών διαδικασιών. Η κατευθυνόμενη επιλογή από το ράφι, το κατευθυνόμενο ξαναγέμισμα, και η κατευθυνόμενη αναπαραγγελία είναι το κλειδί σε ένα σύστημα WMS. Η αυτοματοποίηση των ενεργειών αυτών υποστηρίζεται από τεχνολογικά πολύ εξελιγμένα συστήματα, όπως αυτά που έχει δημιουργήσει η εταιρία Cisco, τα οποία συνδυάζουν υψηλά συστήματα λογισμικού και ρομποτικής. Η λεπτομερής οργάνωση και η επεξεργασία μέσα σε ένα WMS μπορεί να ποικίλει σημαντικά μεταξύ των διαφόρων προμηθευτών λογισμικού, εντούτοις η βασική λογική χρησιμοποιεί τον συνδυασμό προϊόντος, θέσης, ποσότητας, μονάδα μέτρησης και πληροφορίας εκτέλεσης παραγγελίας για να αποφασίσει πού να αποθηκεύσει, πού να εφοδιάσει, από πού να επιλέξει, και με ποια σειρά να εκτελέσει αυτές τις διαδικασίες.[41]

Οι απαιτήσεις οργάνωσης WMS μπορεί να είναι εκτενείς. Τα χαρακτηριστικά κάθε στοιχείου και θέσης πρέπει να διατυπωθούν λεπτομερώς και να ομαδοποιηθούν σε κατηγορίες. Ένα παράδειγμα των στοιχείων αυτών –στην περίπτωσή μας σε μια

φαρμακαποθήκη- θα περιελάμβανε τις εξής διαδικασίες: έλεγχο των παραστατικών του προμηθευτή (τιμολόγια, δελτία αποστολής) και διασταύρωση των στοιχείων των παραστατικών με την παραγγελία, προσωρινή αποδοχή του φορτίου, εκφόρτωση, ποσοτικό και ποιοτικό έλεγχο και συμπλήρωση Δελτίου Παραλαβής για κάθε τιμολόγιο (οι ποσότητες που μας στέλνουν να μην είναι ούτε πολύ λιγότερες ούτε πολύ περισσότερες από αυτές που έχουμε ζητήσει, οι παρτίδες να έχουν αποδεκτή ημερομηνία λήξης, τα φάρμακα να μην είναι ελαττωματικά ή κατεστραμμένα, οι ποσότητες που μας χρεώνουν να είναι ακριβώς αυτές που παραλαμβάνουμε), διαλογή, ταξινόμηση ανάλογα με τις ακριβείς διαστάσεις και το βάρος κάθε συσκευασίας φαρμάκου σε κάθε μονάδα του μέτρου που αυτό εφοδιάζεται (δοχεία, κιβώτια, παλέτες, κλπ.) καθώς επίσης και σύμφωνα με το εάν μπορεί να τοποθετηθεί με άλλα υλικά σε μια θέση (π.χ ειδικές συνθήκες στα είδη ψυγείου, στα υγρά κλπ), το ανώτατο ύψος σωρών, η ανώτατη ποσότητα ανά θέση, εάν μπορεί να μετακινηθεί γρήγορα ή αργά, εάν εφαρμόζεται η μέθοδος FIFO κατά την τοποθέτηση των φαρμάκων στις θέσεις που είναι καθορισμένο κλπ.

Στην πραγματικότητα οι περισσότερες διαδικασίες έχουν ένα διαφορετικό μίγμα προϊόντων και απαιτούν πολύ προσεγμένη οργάνωση των συστημάτων. Απαιτείται να οργανωθούν οι πληροφορίες που απαιτούνται για να επιτρέψουν στο σύστημα να αποφασίσει ακριβώς από ποια θέση να επιλέξει, που να ξαναγεμίσει και με ποια σειρά πρέπει να γίνουν όλα αυτά

Κατά την εφαρμογή ενός WMS συστήματος η επιχείρηση προσθέτει ένα επιπλέον επίπεδο τεχνολογίας στις διαδικασίες λειτουργίας της. Και κάτι τέτοιο συνεπάγεται σαφώς περισσότερες πηγές δυνητικών προβλημάτων. Είναι στο χέρι της κάθε επιχείρησης να φροντίσει για το σωστό «στήσιμο» ενός τέτοιου συστήματος, ώστε να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.[42]

2.7 FLEET MANAGEMENT SYSTEMS

Η επένδυση σε συστήματα διαχείρισης στόλου, όπως τα λεγόμενα Fleet Management Systems, μπορεί να είναι ιδιαίτερα αποδοτική για μια επιχείρηση που δεν έχει οργανωμένο τον στόλο των οχημάτων που χρησιμοποιεί για την αποστολή των προϊόντων της προς τους πελάτες της. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα που απορρέει από την εφαρμογή αυτών των συστημάτων είναι η αύξηση της παραγωγικότητας του στόλου και η ικανοποίηση των πελατών, και τα δυο προερχόμενα από στενότερο έλεγχο επί της διαδικασίας μεταφοράς.

Ο στενότερος έλεγχος πάνω στις διαδικασίες σχεδιασμού και μεταφοράς οδηγεί σε μεγαλύτερη παραγωγικότητα του στόλου, εξοικονόμηση χρόνου, μείωση λαθών στην παράδοση και βελτίωση του σχεδιασμού των δρομολογίων, κερδίζοντας χρόνο και οχήματα διαθέσιμα για επιπλέον δρομολόγια. [43]

Οι πιο πολλές φαρμακαποθήκες διαθέτουν κάποια οχήματα ή και μηχανάκια για την εξυπηρέτηση των καθημερινών πελατών τους, έχοντας διαμορφώσει –κυρίως εμπειρικά– ένα πρόγραμμα δρομολογίων, έχοντας «εκπαιδεύσει» τους πελάτες τους στο να δίνουν τις παραγγελίες τους λαμβάνοντας υπόψη τους τα δρομολόγια αυτά και υπολογίζοντας τους «νεκρούς χρόνους» μεταξύ των δρομολογίων για την προετοιμασία των επόμενων παραγγελιών και την καλύτερη αξιοποίηση του χρόνου. Για μεταφορές μεγαλύτερου φορτίου η πλειοψηφία των φαρμακαποθηκών συνεργάζεται με μεταφορικές εταιρίες ή εταιρίες ταχυμεταφορών. Αυτό συμβαίνει γιατί οι μεγάλες φορτώσεις είναι μικρότερης συχνότητας και τις περισσότερες φορές δε συμφέρει κοστολογικά η συντήρηση μεγάλων φορτηγών. Η διαχείριση στόλου οχημάτων είναι σημαντικό στοιχείο σε μια φαρμακαποθήκη γιατί πολλές φορές ο πελάτης/φαρμακείο θέλει να γνωρίζει με αρκετή ακρίβεια την ώρα που θα παραλάβει το εμπόρευσμά του, για να ρυθμίσει ανάλογα και τους δικούς του πελάτες ή κάποιες επείγουσες περιπτώσεις.

2.8 ΑΛΛΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

2.8.1 PRM

Το σύστημα Διαχείρισης των Σχέσεων με τους Συνεργάτες (Partner Relationship Management, PRM) είναι μια επιχειρηματική στρατηγική με στόχο την βελτίωση της επικοινωνίας τόσο μεταξύ των επιχειρήσεων που ανήκουν στην ίδια εφοδιαστική αλυσίδα, όσο και των επιχειρήσεων με τους λοιπούς συνεργάτες τους. Οι web-based εφαρμογές λογισμικού PRM δίνουν στις επιχειρήσεις την δυνατότητα να παραμετροποιούν και να προσαρμόζουν διάφορες διοικητικές λειτουργίες, επιτρέποντας στους συνεργάτες τους την πρόσβαση –μέσω διαδικτύου- σε διαρκώς ανανεωμένες πληροφορίες όπως για παράδειγμα για θέματα που αφορούν τα δρομολόγια των φορτηγών, τη διαθεσιμότητα αποθηκευτικού χώρου κλπ. Πολλοί παροχείς συστημάτων CRM έχουν ενσωματώσει και PRM λειτουργίες στις εφαρμογές του λογισμικού τους.[44]

2.8.1.1 Η διαφορά μεταξύ CRM και PRM συστημάτων

Το PRM συγκρίνεται συχνά με το CRM και υπάρχει επιχειρηματολογία σχετικά με το αν οι περίπλοκες σχέσεις με τους συνεργάτες ενός καναλιού διανομής επιβάλλουν την ύπαρξη ξεχωριστών PRM συστημάτων ή αν τα τελευταία πρέπει να αποτελούν τμήμα των CRM συστημάτων. Αν δηλαδή οι επιχειρήσεις μπορούν να αντιμετωπίζουν τους συνεργάτες τους ως ένα διαφορετικό τύπο πελάτη και να διαχειρίζονται τις σχέσεις τους με αυτούς μέσω του CRM συστήματος.

Επιφανειακά, κάτι τέτοιο φαίνεται εφικτό , αφού και τα δυο συστήματα έχουν ορισμένα κοινά modules που αφορούν τη διανομή, την παρακολούθηση και διαχείριση ευκαιριών και συμβολαίων και συμφωνιών. Ωστόσο, οι διαφορές στις άμεσες και έμμεσες επιχειρηματικές διαδικασίες που ακολουθούνται σε κάθε περίπτωση είναι τόσο σημαντικές, που δεν επιτρέπουν την χρήση ενός συστήματος για όλες τις λειτουργίες. [19]

Το CRM είναι κατά βάση σχεδιασμένο να διαχειρίζεται άμεσες πωλήσεις μεταξύ του πωλητή και του πελάτη. Αυτή η «ένας προς έναν» σχέση περιστρέφεται γύρω από τη συλλογή και διάθεση πληροφοριών γύρω από τον κύκλο ζωής του πελάτη. Το PRM από την άλλη πλευρά, έχει να διαχειριστεί ένα σύστημα πολλών νομικά ανεξάρτητων επιχειρήσεων που έχουν συνάψει κάποια συνεργασία. Αυτή η «ένας προς πολλούς» σχέση έχει να κάνει με την διευθέτηση επιχειρηματικών λειτουργιών κατά μήκος ολόκληρης της αλυσίδας αξίας από τον προμηθευτή και τους ενδιάμεσους συνεργάτες μέχρι τον τελικό πελάτη.[45]

2.8.2 SRM

Το σύστημα Διαχείρισης των Σχέσεων με τους Προμηθευτές (Supplier Relationship Management, SRM) είναι ένα πληροφοριακό σύστημα που προσπαθεί να προσεγγίσει και να κατανοήσει τις σχέσεις που αναπτύσσει μια επιχείρηση με τις άλλες επιχειρήσεις που της προμηθεύουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες που χρησιμοποιεί. Το SRM αποτελείται τόσο από επιχειρηματικές πρακτικές όσο και από αντίστοιχο λογισμικό και είναι μέρος της γενικότερης ροής πληροφοριών που υπάρχουν σε μια εφοδιαστική αλυσίδα. Οι πρακτικές ενός SRM δημιουργούν ένα κοινό πλαίσιο αναφοράς ανάμεσα σε μια επιχείρηση και τους προμηθευτές της –οι οποίοι μπορεί να χρησιμοποιούν

διαφορετικές επιχειρηματικές πρακτικές και μεθοδολογία. Σαν αποτέλεσμα, η χρήση του λογισμικού SRM μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλότερα κόστη παραγωγής και σε υψηλότερης ποιότητας, αλλά χαμηλού κόστους, τελικά αγαθά και υπηρεσίες.

Το SRM, αναφέρεται σε οποιεσδήποτε επιχειρησιακές πρακτικές που έχουν να κάνουν με έναν προμηθευτή, υποστηριζόμενες από αντίστοιχο λογισμικό και επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να συνεργαστούν με τον προμηθευτή τους με στόχο την αμοιβαία επιτυχία.

Η επικοινωνία των πληροφοριακών συστημάτων όλων των προμηθευτών μιας επιχείρησης πάνω σε μια ενιαία πλατφόρμα –φυσικά λαμβάνοντας πολύ συγκεκριμένα στοιχεία από κάθε προμηθευτή- θα μπορούσε να έχει πολύ μεγάλα οφέλη για μια φαρμακαποθήκη, σε ό,τι αφορά τον υπολογισμό των αποθεμάτων που θα έχει σε δεδομένη χρονική στιγμή, τους χρόνους παραλαβής των εμπορευμάτων, τον υπολογισμό του απαιτούμενου αποθηκευτικού χώρου και την περαιτέρω πώληση των προϊόντων στα φαρμακεία.

Πρωταρχικά, τα εργαλεία SRM έχουν αναπτυχθεί για να μειώσουν το συνολικό κόστος ιδιοκτησίας (Total Cost of Ownership, TCO) για τα προμηθευόμενα αγαθά, δημιουργώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για μια επιχείρηση μέσω των βαθύτερων σχέσεων που αναπτύσσει με τους προμηθευτές της. Μια άλλη τάση που δίνει έμφαση στην ανάγκη για την αποτελεσματική διαχείριση της σχέσης με τους προμηθευτές είναι η κίνηση από τις επιχειρήσεις να μεταφέρουν ορισμένες βασικές λειτουργίες τους -από το σχεδιασμό και τη συναρμολόγηση μέχρι το after-sales service- προκειμένου να βελτιωθούν η ανταγωνιστικότητα και η χρηματοοικονομική απόδοσή τους.

Οι σχέσεις που αναπτύσσει μια επιχείρηση με τους προμηθευτές της είναι ζωτικής σημασίας για την επιχείρηση. Οι προμηθευτές επηρεάζουν άμεσα τη χρηματοοικονομική κατάσταση και την κερδοφορία της εταιρίας που προμηθεύουν, καθώς ρυθμίζουν το κόστος ανάπτυξης του προϊόντος, τα επίπεδα αποθέματος, τα προγράμματα παραγωγής και τα χρονοδιαγράμματα μεταφοράς των αγαθών και υπηρεσιών από την επιχείρηση

προς τους πελάτες της. Για τους παραπάνω λόγους πολλές ηγέτιδες επιχειρήσεις έχουν συνειδητοποιήσει ότι αξίζει να επενδύσουν στη διασφάλιση της αποδοτικής και αποτελεσματικής διαχείρισης των σχέσεών τους με τους προμηθευτές τους. [46]

Τα τελευταία χρόνια πολλές εταιρίες επενδύουν σε λογισμικό διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας (SCM) για να αυτοματοποιήσουν τις διαδικασίες προμήθειας, να βελτιώσουν τους χρόνους παράδοσης και να μειώσουν το λειτουργικό κόστος. Οι τάσεις της αγοράς, όπως ο αυξανόμενος παγκόσμιος ανταγωνισμός, οι σύντομοι κύκλοι ζωής των προϊόντων και η μεταφορά των επιχειρησιακών διαδικασιών σε τρίτους (outsourcing), απαιτούν από τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν τις συνεργασίες με τους προμηθευτές τους και να εξετάσουν τις μεθόδους περαιτέρω μείωσης των δαπανών που συνδέονται με τις σχέσεις με τους προμηθευτές.[47]

2.8.2.1 Τέσσερα βήματα επιτυχίας ενός SRM

Το πρώτο βήμα είναι ολοκλήρωση. Μια επιχείρηση δεν μπορεί να προσφέρει SRM υπηρεσίες στους προμηθευτές της έως ότου αυτοματοποιήσει και ενσωματώσει τις εσωτερικές διαδικασίες της. Το SRM επεξεργάζεται τα δεδομένα που παράγονται σε όλη την επιχείρηση -συμπεριλαμβανομένων της διαχείρισης των κύκλων ζωής των προϊόντων, του προγραμματισμού των εφοδιαστικών αλυσίδων, του προγραμματισμός των επιχειρηματικών πόρων και της διαχείρισης των σχέσεων με τους πελάτες. Αυτά τα δεδομένα λοιπόν οργανώνονται σε πληροφορίες έτσι ώστε να μπορούν να αναπαραχθούν από μια ενιαία πηγή στοιχείων.

Κατά δεύτερο λόγο, οι προμηθευτές πρέπει να συνδεθούν με την επιχείρηση. Πρέπει να είναι σε θέση να ερευνήσουν, να δουν και να πραγματοποιήσουν συναλλαγές άμεσα με

το σύστημα του αγοραστή. Η μέθοδος σύνδεσης των προμηθευτών στην επιχείρηση πρέπει να είναι προσιτή, εξελικτική και σχετικά απλή στην εφαρμογή και χρήση της.

Τρίτον, μόλις επιτραπεί μια ενιαία άποψη της αλυσίδας ανεφοδιασμού, διάφορα αναλυτικά εργαλεία μπορούν να προστεθούν για να βοηθήσουν στον προσδιορισμό των τομέων όπου παρουσιάζονται ευκαιρίες, τόσο για την επιχείρηση, όσο και για τους προμηθευτές της και να ελεγχθεί η απόδοση. Τα εργαλεία επιχειρησιακής νοημοσύνης (Business Intelligence, BI) βοηθούν στη λήψη αποφάσεων για την αύξηση της αποδοτικότητας για αμφότερα τα συμβαλλόμενα μέρη.

Τα εργαλεία επιχειρησιακής νοημοσύνης μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν στην μέτρηση της απόδοσης των χρησιμοποιούμενων προμηθευτών ως προς τους επιχειρησιακούς στόχους που έχει θέσει η εταιρία. Ο έλεγχος της απόδοσης είναι ένα σημαντικό βήμα στη βελτίωση των σχέσεων με τους προμηθευτές.

Τέλος, η έννοια της συνεργασίας πρέπει να γίνει κοινή βάση κατά μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας και η σχέση με τους προμηθευτές να αντιμετωπίζεται ως πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, παρά ως πηγή κόστους. Οι κατάλληλα διοικούμενες σχέσεις με τους προμηθευτές μπορούν να συμβάλουν στην επιχειρηματική καινοτομία και την ανάπτυξη, ενώ μια κακώς διοικούμενη εφοδιαστική βάση μπορεί να αυξήσει τις δαπάνες και να επιβραδύνει την ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Σε μια ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά, οι επιχειρήσεις ψάχνουν συνεχώς λύσεις ώστε μειωθούν οι δαπάνες και να βελτιωθεί η αποδοτικότητα των λειτουργιών. Το SRM αντιπροσωπεύει μια εξέλιξη στην διαχείριση των εφοδιαστικών αλυσίδων, προερχόμενη από την ανάγκη των επιχειρήσεων να κατανοήσουν καλύτερα τη μακροπρόθεσμη οικονομική και λειτουργική συμβολή των προμηθευτών τους σε όλο το φάσμα λειτουργίας τους. Είναι το επόμενο βήμα στην αποτελεσματικότερη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Το SRM επομένως αντιπροσωπεύει την ευκαιρία να βελτιωθεί η ακρίβεια και η ταχύτητα των συναλλαγών μεταξύ αγοραστή-προμηθευτών, βελτιώνοντας

παράλληλα τις πρακτικές συνεργασίας προς όφελος αμφότερων των συμβαλλόμενων μερών, αποδίδοντας συνεχή βελτίωση και μείωση του συνολικού κόστους ιδιοκτησίας (Total Cost of Ownership, TCO).

2.9 Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΙΣ ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΕΣ

Πολλές μεγάλες εταιρίες σχεδιασμού προϊόντων προηγμένης τεχνολογίας έχουν συνδυάσει τεχνολογία αιχμής παράλληλα με την μελέτη σε βάθος των αναγκών πολλών επιχειρήσεων. Αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών είναι να προκύπτουν συστήματα τεχνολογίας ιδιαίτερα εξελιγμένα, με κύρια χαρακτηριστικά την αυτοματοποίηση των λειτουργιών, την μείωση των λαθών και την άμεση πληροφόρηση για κάθε διαδικασία που επιτελείται. Από τα πιο γνωστά επιτεύγματα της πληροφοριακής τεχνολογίας που βρίσκουν εφαρμογή σε μια φαρμακαποθήκη είναι οι τεχνολογίες του RFID, του GPS, και του Barcode. Σε πολύ εξελιγμένες περιπτώσεις, όπου συνδυάζεται και η χρήση ρομποτικής τεχνολογίας, συναντώνται επίσης οι τεχνολογίες του Job- clustering (paperless picking σε αποθήκη), του Voice- guided- picking (με την τεχνολογία του voice recognition) και ο συνδυασμός PDAs με Wi-Fi (για άμεση λήψη παραγγελίας από τους πωλητές στα φαρμακεία που επισκέπτονται). Ωστόσο οι λύσεις αυτές εφαρμόζονται σε μεγάλες φαρμακοβιομηχανίες του εξωτερικού καθώς έχουν ιδιαίτερα υψηλό κόστος για τα ελληνικά δεδομένα των φαρμακαποθηκών και επιπλέον προϋποθέτουν ήδη τη λειτουργία των φαρμακαποθηκών με σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα.

Στη συνέχεια γίνεται εκτενέστερη αναφορά στις τεχνολογίες που τείνουν να υιοθετηθούν όλο και πιο πολύ από τις μεγαλύτερες ελληνικές φαρμακαποθήκες.

2.9.1 RFID

Με τον όρο RFID (Radio Frequency IDentification) περιγράφεται μια τεχνολογία ασύρματης συλλογής δεδομένων η οποία στηρίζεται στη χρήση ραδιοκυμάτων. Χρησιμοποιείται δε για τον αυτόματο εντοπισμό και προσδιορισμό προϊόντων μέσω της ασύρματης μεταφοράς δεδομένων μεταξύ μιας «έξυπνης» ετικέτας (tag) που είναι τοποθετημένη στο προϊόν και μιας κατάλληλης συσκευής ανάγνωσης. Η τεχνολογία αυτή επιτρέπει την παρακολούθηση κάθε προϊόντος από τη στιγμή της παραγωγής του έως και τα τελικά στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας. Κατ' αυτόν τον τρόπο αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό η αυτοματοποίηση και η ακρίβεια στη συλλογή των πληροφοριών, ενώ ταυτόχρονα μειώνεται το κόστος.[48]

Η RFID τεχνολογία έχει δοκιμαστεί σε πληθώρα εφαρμογών από διάφορους επιχειρηματικούς κλάδους, με μεγαλύτερη διείσδυση στους τομείς της παραγωγής προϊόντων και του λιανεμπορίου. Πιθανές εφαρμογές αυτής της τεχνολογίας είναι οι εξής:

- Διαχείριση αποθεματικού και παγίων
- Παρακολούθηση και έλεγχος προϊόντων παραγωγής
- Έλεγχος αποθεμάτων
- Αποστολή και παραλαβή προϊόντων
- Διαχείριση επιστροφών και ανακλήσεων
- Έλεγχος υπηρεσιών και εγγυήσεων
- Ασφάλεια

2.9.1.1 Πλεονεκτήματα του RFID

Η τεχνολογία RFID έχει διαπιστωθεί ότι προσφέρει σημαντικά επιχειρηματικά οφέλη σε σύντομο χρονικό διάστημα από την εφαρμογή της. Μεταξύ αυτών είναι και τα ακόλουθα:

- Αύξηση της αποτελεσματικότητας και της ακρίβειας
- Μείωση των αποθεμάτων
- Μείωση των λαθών και των πλαστών αντιγράφων
- Διαφάνεια στη διαχείριση
- Μείωση στα εργατικά κόστη
- Ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο
- Μείωση των περιπτώσεων προϊόντων που δεν διακινούνται ή βρίσκονται out-of-stock
- Ακρίβεια και αποδοτικότητα στις αποστολές και στις παραλαβές

Η χρήση της τεχνολογίας RFID σε μια φαρμακαποθήκη παρέχει σημαντικότερες οικονομίες κλίμακας, καθώς διασφαλίζονται κάποια βασικά ζητήματα όπως:

- η ιχνηλασιμότητα των φαρμάκων, από τη στιγμή που φεύγουν από την παραγωγό εταιρία μέχρι τη στιγμή που μπαίνουν στην φαρμακαποθήκη και έπειτα στην πορεία τους προς τα φαρμακεία. Ιδιαίτερη σημασία έχει ο εντοπισμός σε κάθε στιγμή των ναρκωτικών ουσιών, που υπόκεινται σε ειδικούς κανονισμούς φύλαξης και διακίνησης
- η διαχείριση των αποθεμάτων και ο άμεσος έλεγχος της αποθήκης
- η καλύτερη διαχείριση του χώρου της αποθήκης, σε συνδυασμό με αυτοματοποιημένα συστήματα τοποθέτησης και επιλογής των φαρμάκων από τα ράφια, με τη μέθοδο FIFO

Η προς το παρόν περιορισμένη διείσδυση της τεχνολογίας RFID στο επιχειρηματικό περιβάλλον οφείλεται κυρίως στο υψηλό κόστος. Το κόστος αυτό δεν αφορά τόσο τον εξοπλισμό για την υλοποίηση της εγκατάστασης όσο το κόστος των ειδικών αυτών ετικετών που είναι ακόμα υψηλό. Όμως η εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος θα δώσει μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις που θα το εφαρμόσουν και θα εξοικονομήσουν σημαντικούς πόρους για την περαιτέρω ανάπτυξή τους.[49]

2.9.2 GPS

Τα συστήματα GPS (Global Positioning Systems) έχουν τη μεγαλύτερη απόδοσή τους όταν αποτελούν τμήμα μιας πλήρως αυτοματοποιημένης λύσης που ενσωματώνει αξιόπιστους αισθητήρες που τροφοδοτούν το σύστημα με πληροφόρηση σε πραγματικό χρόνο, μέσω κινητών μονάδων πληροφοριών σε ένα πραγματικά «έξυπνο» σύστημα που βρίσκεται σε ένα κεντρικό γραφείο. Το σύστημα αλληλεπιδρά με τα υπόλοιπα στοιχεία που εισέρχονται στο κεντρικό σύστημα, όπως η παραγγελιοληψία, οι πωλήσεις, τα λογιστικά και τα χρηματοοικονομικά στοιχεία.

Αυτά τα συστήματα δίνουν στους επιχειρηματίες μια ξεκάθαρη απεικόνιση ολόκληρης της λειτουργίας τους. Τα ειδικά μηχανήματα του GPS συστήματος καταγράφουν την τοποθεσία και την κατάσταση στην οποία βρίσκεται κάθε όχημα, οποιαδήποτε εργασία κι αν πραγματοποιεί και όλα αυτά σε πραγματικό χρόνο.[50]

3. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ : Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε

Η Αργωφάρμ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1995 από τον κ. Λέλο Σωτήριο, τον κ. Μπιρλιράκη Εμμανουήλ και την κα. Καλιακάτση Αρετή, με αντικείμενο δραστηριότητας την αποθήκευση, διακίνηση και διανομή φαρμάκων, παραφαρμακευτικών και καταναλωτικών προϊόντων υγείας και βρεφανάπτυξης. Εξειδικεύεται στην διάθεση των ανωτέρω προϊόντων στην ευρύτερη περιοχή της Μαγνησίας, με σκοπό την ποιοτική εξυπηρέτηση των φαρμακείων-πελατών της επιχείρησης και μέσω αυτών την εξυπηρέτηση του κοινωνικού συνόλου.[51]

Η επιχείρηση φιλοδοξεί στην πλήρη κάλυψη των αναγκών ενός φαρμακείου μέσα από τον ομαλό και τακτικό ανεφοδιασμό του με κάθε είδους φαρμακευτικά και παραφαρμακευτικά προϊόντα, λαμβάνοντας ενεργά μέρος στην εφοδιαστική αλυσίδα του φαρμακευτικού κλάδου.

Η εταιρεία εδρεύει στην οδό Άνθιμου Γάζη 111 στον Βόλο και στις κτιριακές της εγκαταστάσεις φιλοξενούνται όλα τα τμήματα της επιχείρησης. Απασχολεί 10 άτομα προσωπικό στις εξής ειδικότητες :

- 3 Οδηγούς, απόφοιτους Λυκείου
- 1 Υπεύθυνο αποθήκης, απόφοιτο Τ.Ε.Ι.
- 2 Αποθηκάριους, απόφοιτους Λυκείου
- 3 Παραγγελιολήπτριες, απόφοιτους Λυκείου (2) και Τ.Ε.Ι. (1)
- 1 βοηθό λογιστηρίου, απόφοιτο Α.Ε.Ι.

και έχει κύκλο εργασιών που ξεπερνάει τα 4.000.000 €, με σταθερή αύξηση κερδών καθ' όλα τα έτη λειτουργίας της επιχείρησης.

Σε γενικές γραμμές η παραγωγική διαδικασία περιλαμβάνει της εξής φάσεις:

- Έλεγχος αποθεμάτων και παραγγελία προς τους προμηθευτές, με κριτήρια σταθερού χρόνου (π.χ. δεκαπενθήμερο) και σταθερής ημέρας.
- Παραλαβή προϊόντων.
- Ποσοτικός και ποιοτικός έλεγχος προϊόντων βάσει του σχεδίου ποιότητας.
- Αποδέσμευση και Αποθήκευση των προϊόντων στους χώρους Αποθήκευσης.
- Λήψη παραγγελιών από πελάτες τηλεφωνικώς.
- Εντολή εκτέλεσης παραγγελιών.
- Εκτέλεση παραγγελιών από το τμήμα της Αποθήκης.
- Δειγματοληπτικός έλεγχος εκτελεσμένων παραγγελιών.
- Συσκευασία, σήμανση.
- Φόρτωση, μεταφορά στα μέσα διανομής και παράδοση των προϊόντων στους πελάτες.

Αναλυτικά κάθε τμήμα εκδίδει ένα σύνολο παραστατικών για την πληροφόρηση του, με αποτέλεσμα πολλές φορές να υπάρχουν διπλές καταχωρήσεις, αλλά και απαίτηση για προφορική επικοινωνία μεταξύ των διαφόρων τμημάτων λόγω αδυναμίας του υφιστάμενου πληροφοριακού συστήματος.

Το γεγονός αυτό συνεπάγεται την αυξημένη χρονική καθυστέρηση, υψηλό κίνδυνο πραγματοποίησης λαθών αλλά και προβλημάτων συντονισμού και κόστους. Συγκεκριμένα προβλήματα παρουσιάζονται στο οικονομικό τμήμα, στην διαχείριση αποθεμάτων, στις προτεινόμενες παραγγελίες, καθώς και στην Γενική Διεύθυνση όπου προκύπτει έλλειψη ενημέρωσης.

Η εταιρεία αναλαμβάνει την προμήθεια των φαρμακείων-πελατών της με τα απαραίτητα φαρμακευτικά και παραφαρμακευτικά σκευάσματα, μέσω του στόλου των οχημάτων που

διαθέτει, αποσκοπώντας στην ταχεία εξυπηρέτηση και την επαρκή κάλυψη των αναγκών του πελάτη.

Στις υπηρεσίες που προσφέρει περιλαμβάνεται η συνεχής ενημέρωση των φαρμακοποιών για νέα προϊόντα, αλλαγές στα υπάρχοντα είδη, καθώς και ενημέρωση για τις εξελίξεις στο κλάδο του φαρμάκου.

3.1 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Σε ό,τι αφορά την υφιστάμενη τεχνολογική διείσδυση, η κατάσταση έχει ως εξής:

- Υπάρχουν πέντε μηχανογραφημένες θέσεις εργασίας στην επιχείρηση, που είναι και ο ενδεικτικός αριθμός του προσωπικού που χρησιμοποιεί συστηματικά τα εργαλεία πληροφορικής για την διεκπεραίωση καθημερινών δραστηριοτήτων
- Υπάρχει εγκατεστημένο ενδοεπιχειρησιακό δίκτυο
- Η επιχείρηση δεν έχει σύνδεση με το internet και ως εκ τούτου δεν διαθέτει εταιρικό e-mail για επικοινωνία με πελάτες, προμηθευτές και λοιπούς συνεργάτες, καθώς επίσης δεν διαθέτει και δικτυακό τόπο (website).
- Δεν γίνεται χρήση των εφαρμογών αυτοματισμού γραφείου (κειμενογράφος, spreadsheets κλπ.) στην καθημερινή λειτουργία και τέλος
- Το λογιστήριο είναι μηχανογραφημένο

Το υπάρχον πληροφοριακό σύστημα αποτελείται από έναν κεντρικό Server και 5 θέσεις εργασίας, κατανεμημένες στα διάφορα τμήματα της επιχείρησης.

Το λειτουργικό σύστημα του Server είναι Sco Unix και φιλοξενεί την κύρια εφαρμογή της επιχείρησης, “Drugs” της εταιρείας C.S.A. Οι θέσεις εργασίας είναι εξοπλισμένες

από σειριακά τερματικά (Οθόνη + πληκτρολόγιο) και η επικοινωνία τους με τον Server γίνεται μέσω πολυσειριακής (multiserial) θύρας επικοινωνιών. Οι εκτυπωτές είναι 4 dot-matrix και είναι και αυτοί συνδεδεμένοι στον κεντρικό υπολογιστή Server μέσω σειριακών θυρών.

Η εφαρμογή “Drugs” αποτελείται από τα ακόλουθα υποσυστήματα (modules): Λογιστική, Πελάτες, Προμηθευτές, Αποθήκη, Τιμολόγηση, Αγορές, Επιταγές, Παραγγελίες, Στατιστική, Report Generator, Μισθοδοσία και Εισπράξεις – Πληρωμές. Η αρχιτεκτονική της εφαρμογής καθώς και η γενικότερη επικοινωνία είναι multi-user και όχι Client-Server, γεγονός που δημιουργεί σειρά προβλημάτων ως προς την ταχύτητα διεκπεραίωσης των εργασιών και τον διαμοιρασμό των κοινόχρηστων πόρων.

Η επεξεργασία των πληροφοριών πραγματοποιείται στις περισσότερες φάσεις των επιχειρησιακών διαδικασιών. Η εισαγωγή των δεδομένων γίνεται από τους χρήστες του εκάστοτε τμήματος (κυρίως από το τμήμα Παραγγελιών και το Λογιστήριο) και η επεξεργασία τους αναλαμβάνεται από το Πληροφοριακό σύστημα. Η εξαγωγή πληροφοριών από το σύστημα και η χρήση αυτών αφορά όλα σχεδόν τα τμήματα της επιχείρησης.

Συγκεκριμένα, τα στοιχεία της κάθε παραγγελίας (από τα φαρμακεία) χρησιμεύουν στην έκδοση παραστατικού, το οποίο είναι απαραίτητο τόσο για την προετοιμασία της παραγγελίας από την Αποθήκη, όσο και για την τιμολόγηση από το Λογιστήριο. Τα στοιχεία όλων των παραγγελιών των πελατών βοηθούν στην προετοιμασία της παραγγελίας προς τους Προμηθευτές που γίνεται από το τμήμα Προμηθειών. Τα παραστατικά από τις παραλαβές των εμπορευμάτων που γίνονται από την αποθήκη μεταβιβάζονται στο Λογιστήριο τόσο για την ενημέρωση του υποσυστήματος της Αποθήκης όσο και για την ενημέρωση της Λογιστικής και των Προμηθευτών.

Τα στοιχεία που συλλέγονται από τα τμήματα και τις επιμέρους διαδικασίες είναι σημαντικότερα στην διεξαγωγή συμπερασμάτων και την λήψη αποφάσεων από την Διεύθυνση.

3.2 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Η υλοποίηση του όλου πληροφοριακού συστήματος ήταν επαρκής για τις ανάγκες της επιχείρησης την εποχή που το προμηθεύτηκε, όμως με την συνεχή άνοδο του κύκλου εργασιών, τις απαιτήσεις για απρόσκοπτη και συνεχή λειτουργία, την απαίτηση για υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει καθώς επίσης και ο τρόπος επικοινωνίας του εξοπλισμού καθιστά το όλο σύστημα ευάλωτο και δημιουργεί αδυναμίες στην γενικότερη ομαλή λειτουργία της επιχείρησης.

Οι αδυναμίες του υπάρχοντος πληροφοριακού συστήματος εστιάζονται στα τμήματα του Λογιστηρίου, της Αποθήκης, των Παραγγελιών και της Διεύθυνσης.

Κάθε τμήμα εκδίδει ένα σύνολο από έντυπα, η ίδια πληροφορία καταχωρείται περισσότερες από μία φορές στα διάφορα υποσυστήματα της εφαρμογής και απαιτείται προφορική ή / και γραπτή επικοινωνία για την χορήγηση εγκρίσεων. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι, η καθυστέρηση, ο κίνδυνος πραγματοποίησης λαθών, προβλήματα συντονισμού και έλλειψη πληροφόρησης.

Συγκεκριμένα στο Λογιστήριο απαιτούνται διπλοκαταχωρήσεις πολλών στοιχείων (π.χ. στις επιταγές, καταχωρούνται τα στοιχεία πρώτη φορά κατά την είσπραξη - πληρωμή και δεύτερη φορά κατά την λογιστική παρακολούθηση, έσοδα – έξοδα).

Στην Αποθήκη παρατηρούνται προβλήματα στην εφοδιαστική αλυσίδα και σχετίζονται με :

- Χαμηλή ταχύτητα επεξεργασίας στοιχείων

- Μεγάλο χρόνο απόκρισης για την λήψη πληροφοριών
- Δημιουργία ελλείψεων ειδών
- Μη ικανοποίηση του πελάτη

Στις Παραγγελίες δεν γίνεται πλήρης εκμετάλλευση των επιχειρησιακών πόρων και παρατηρείται αυξημένη πιθανότητα σφάλματος (υπεισέρχεται μόνο ο ανθρώπινος παράγοντας).

Τέλος η Διεύθυνση, που σχετίζεται καθαρά με θέματα διοίκησης και ελέγχου διαδικασιών, δεν έχει εκείνα τα μέσα (εργαλεία) που θα της επέτρεπαν την άμεση λήψη αποφάσεων και την άμεση εποπτεία και τον συντονισμό όλων των τμημάτων της επιχείρησης.

Οι αιτίες των αδυναμιών εντοπίζονται στην έλλειψη ενιαίου κεντρικού ελέγχου σε όλα τα επιμέρους υποσυστήματα και σύγχρονου συστήματος διοίκησης της βάσης δεδομένων (RDBMS) καθώς και στην απουσία συστήματος Διοικητικής Πληροφόρησης (MIS).

3.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ – ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Η ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε. στα πλαίσια της μόνιμης εμπορικής συνεργασίας της με τους διακινητές φαρμάκων (φαρμακοποιούς) στην ευρύτερη περιοχή της Μαγνησίας, διεκπεραιώνει ένα πλήθος ενεργειών για τη συνεργασία και τη συνεννόηση μαζί τους. Παράλληλα φιλοδοξεί, στα πλαίσια του ΜΕΤΡΟΥ 2 (Ενίσχυση επιχειρήσεων για την εισαγωγή τους στην ψηφιακή οικονομία) και μέσω του προγράμματος «ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ» της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης,

να εισαγάγει νέους τρόπους συνεργασίας και υπηρεσίες και να διευρύνει τον κύκλο εργασιών της στο γεωγραφικό της χώρο.

3.3.1 ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΛΑΙΣΙΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η υλοποίηση των προαναφερθέντων βασίζεται σε σύγχρονες και ταυτόχρονα ώριμες τεχνολογίες όπως η ενοποίηση επιμέρους πληροφοριακών συστημάτων, οι σύγχρονες βάσεις δεδομένων και οι τεχνολογίες Internet.

Στον Πίνακα 1 [Παράρτημα] παρουσιάζεται η υποδομή που θα αναπτυχθεί για την υλοποίηση του έργου.

Στον ίδιο Πίνακα διακρίνονται τα εξής στοιχεία:

Κεντρική υποδομή της επιχείρησης.

Η υποδομή θα αποτελείται από το κεντρικό server (ERP και DATABASE SERVER), τον τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό (τοπικό και απομακρυσμένο δίκτυο), τις θέσεις εργασίας, την πύλη Internet και τον σταθμό εργασίας πελατών. Οι σταθμοί αυτοί θα στεγάζονται στο χώρο του εκάστοτε πελάτη και θα χρησιμοποιούνται για την πρόσβαση στις εφαρμογές που θα αναπτυχθούν στα πλαίσια του έργου και θα αφορούν την εξυπηρέτησή τους.

Διασύνδεση ΑΡΓΩΦΑΡΜ - πελατών.

Είναι το σύνολο των εφαρμογών που θα αναπτυχθούν στα πλαίσια του έργου και θα υλοποιούν τις νέες μορφές διασύνδεσης.

Εφαρμογή και εξοπλισμός ανάγνωσης Γραμμικού Κώδικα (Barcode).

Η εφαρμογή θα είναι ενσωματωμένη στο ERP σύστημα και θα εκτελείται σε μια θέση εργασίας (Αποθήκη) ενώ οι συσκευές ανάγνωσης (scanners) θα είναι φορητές και θα χειρίζονται από υπαλλήλους στο τμήμα Αποθήκης.

Περιγράφοντας το σύνολο όλων των καινοτόμων τεχνολογιών που καλείται να υλοποιήσει η ΑΡΓΩΦΑΡΜ μέσω του έργου, αναφέρονται τα κύρια τμήματα αυτού:

- Εγκατάσταση ολοκληρωμένου πληροφοριακού συστήματος Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων ERP (Enterprise Resource Planning).
- Ανάπτυξη σύγχρονου συστήματος Ηλεκτρονικής Παραγγελιοληψίας (e-Procurement) μέσω ψηφιακού τόπου (Website), που θα φιλοξενείται σε Internet Server και μέσω Freephone line (0800XXXXXXX). Το σύστημα διασύνδεσης θα είναι συνδεδεμένο με το ERP σύστημα.
- Χρήση τεχνολογίας Γραμμικού Κώδικα (Barcode) μέσω φορητών ανιχνευτών (scanners) και ανάλογων ετικετών (από ειδικό εκτυπωτή) για τον εκσυγχρονισμό της Αποθήκης.
- Πιλοτική χρήση Προγράμματος Φαρμακείου για τη διασύνδεση με την ΑΡΓΩΦΑΡΜ.

3.3.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΤΜΗΜΑΤΩΝ- ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Ακολουθεί η περιγραφή των επιμέρους ενεργειών προς υλοποίηση:

Εγκατάσταση ολοκληρωμένου πληροφοριακού συστήματος Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP)

Η εγκατάσταση συστήματος ERP επιβάλλεται, προκειμένου να εκσυγχρονιστεί η υφιστάμενη κατάσταση ελέγχοντας κατ' αρχήν και στη συνέχεια μειώνοντας το κόστος λειτουργίας της επιχείρησης (κόστος αποθήκευσης και παραγγελιών, χρηματοοικονομικά κόστη, κόστος πωλήσεων κ.ά.) και προσδοκώντας να αξιοποιηθεί η πληροφορία για την:

Καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών

Μεγιστοποίηση των εσόδων

Λήψη κατάλληλων αποφάσεων

Περιορισμό δαπανών

Το σύστημα θα βασίζεται σε βάση δεδομένων (RDBMS), όπου θα εισάγονται, θα τηρούνται και θα ανακαλούνται όλα τα δεδομένα της επιχείρησης. Η κάθε πληροφορία θα εισάγεται μόνο μια φορά και θα ενημερώνονται αυτόματα όλα τα σχετιζόμενα υποσυστήματα σε real-time. Θα φιλοξενείται στον ERP (APPLICATION) SERVER και θα συνεργάζεται με τη βάση δεδομένων (SQL) που θα διατηρείται στον ίδιο server. Η αρχιτεκτονική του συστήματος θα είναι Client / Server και η επικοινωνία με τους σταθμούς εργασίας, οι οποίοι αυξάνονται σε 13 από 10 (2 θέσεις στην Αποθήκη για τον έλεγχο παραλαβών- επιστροφών και τον έλεγχο διακίνησης και 1 θέση στη Γραμματεία), θα πραγματοποιείται μέσω τοπικού δικτύου ETHERNET που θα αναπτυχθεί για το λόγο αυτό (χρήση υπάρχουσας καλωδίωσης).

Τα επιμέρους υποσυστήματα (modules) του ERP τα οποία θα εξυπηρετούν τα διάφορα τμήματα της επιχείρησης είναι τα ακόλουθα:

Γενική Λογιστική

Μητρώο Παγίων

Αναλυτική Λογιστική

Προϋπολογισμός

Αποθήκες

Διαχείριση Παραστατικών

Διοικητική Πληροφόρηση MIS (με crystal reports)

On line παραγγελιοληψία από Φαρμακεία μέσω modem (dial-up σύνδεση)

Πελάτες

Πιστωτικός Έλεγχος

Προμηθευτές

Αξιόγραφα

Ταμειακή Διαχείριση

Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού

Διασύνδεση με Web Server (κόμβος Internet)

Για την αδιάλειπτη και αποδοτικότερη λειτουργία του ERP , επιβάλλεται η αντικατάσταση του υφιστάμενου εξοπλισμού (Hardware) με εξοπλισμό νεότερης τεχνολογίας.

Οι Η/Υ που ήδη υπάρχουν στην εταιρία δεν επαρκούν τεχνολογικά (έχουν τεχνικά χαρακτηριστικά κάτω από τα ελάχιστα απαιτούμενα) και αριθμητικά (είναι λιγότεροι από τις απαιτούμενες θέσεις εργασίας). Επίσης, απαιτείται η ανάπτυξη τοπικού δικτύου υπολογιστών τεχνολογίας ETHERNET , χρησιμοποιώντας την υπάρχουσα καλωδίωση, προκειμένου να λειτουργήσει η ERP εφαρμογή, η οποία είναι τεχνολογίας Client/Server.

Ανάπτυξη συστήματος ηλεκτρονικής παραγγελιοληψίας μέσω Internet (B2B Portal) και μέσω dial-up σύνδεσης (γραμμή Freephone: 0800XXXXXXXX).

Η ΑΡΓΩΦΑΡΜ στοχεύει να αποτελέσει βασικό κομβικό σημείο για την ανάπτυξη διαδικτυακών υπηρεσιών προς τα Φαρμακεία και προς άλλες επιχειρήσεις που συνεργάζεται. Με αυτόν τον στόχο βαίνει στην ανάπτυξη της απαραίτητης υποδομής για την υποστήριξη συνδέσεων μαζί του. Στα πλαίσια των παραπάνω θα υλοποιηθούν:

Μόνιμη Σύνδεση με Internet Feed Provider (IFP). Η σύνδεση αυτή θα παρέχει μόνιμη διασύνδεση της Φαρμακαποθήκης με το Internet.

Διαμόρφωση υποδομής για την υποστήριξη υπηρεσιών Internet Hosting Provider (HSP) : Αυτό περιλαμβάνει τη μόνιμη διασύνδεση μέσω μισθωμένης γραμμής (Leased line) με τον ΟΤΕ και γενικότερα τηλεπικοινωνιακή (Baseband modems) και δικτυακή υποδομή (Router, Firewall και Internet Server) καθώς και την λογισμική υποδομή (system και application software). Με την υποδομή αυτή η επιχείρηση θα φιλοξενεί τον ψηφιακό τόπο(Website) της, μέσω του οποίου θα μπορούν οι φαρμακοποιοί να προβαίνουν σε παραγγελίες και να ενημερώνονται για επαγγελματικά και κλαδικά τους θέματα.

Διασύνδεση της βάσης δεδομένων με τον δικτυακό τόπο (Website):

Πολύ σημαντικό αντικείμενο για το έργο αποτελεί η παροχή των διαμορφούμενων πληροφοριών που βρίσκονται στην τοπική βάση δεδομένων, σε απομακρυσμένους χρήστες. Στη φάση αυτή θα υλοποιηθεί η διασύνδεση της βάσης δεδομένων με το Website. Αυτό περιλαμβάνει:

- Οργάνωση δομής του Website για τη χρήση με αποθηκευμένες (σε βάση δεδομένων) πληροφορίες. Διαμόρφωση Δυναμικών Σελίδων (active pages)
- Τυποποίηση διαδικασιών ενημέρωσης και δημοσίευσης πληροφοριών στο Website
- Διαμόρφωση πρόσβασης και ασφάλειας σχετικά με την ταυτότητα του συνδεόμενου.

Σχεδίαση και Υλοποίηση Ιστοχώρου (Website) δυναμικού και στατικού περιεχομένου:

Το Website, που θα φιλοξενηθεί σε Internet Server, θα είναι προσπελάσιμο από οποιονδήποτε με ένα απλό browser, είτε αυτός είναι τοπικά στο χώρο της επιχείρησης (Intranet) είτε απομακρυσμένα (Internet). Σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι δε θα χρειάζονται άδειες χρήσης (θεωρητικά απεριόριστος αριθμός χρηστών) για να λειτουργήσει. Η Πύλη αυτή πωλήσεων (και μελλοντικά και Προμηθειών), απευθύνεται

μόνο σε εγγεγραμμένους χρήστες(μέλη) και προβλέπει, μια «περιοχή» προσβάσιμη σε οποιονδήποτε τρίτο για ειδήσεις και links σε sites και υπηρεσίες. Πρόκειται για μια B2B (Business to Business) πύλη (portal) που θα παρέχει τις παρακάτω on-line υπηρεσίες:

- On-line σύστημα Αποστολής (προς Προμηθευτές μελλοντικά) και Λήψης Παραγγελιών (από Φαρμακεία)
- Διερεύνηση σε on-line καταλόγους (έλεγχος διαθεσιμότητας)
- Ενημέρωση τιμοκαταλόγου ειδών
- Νέα και Πηγές του κλάδου (ανακοινώσεις, επισημάνσεις κ.ά.)
- Προσφορές Προμηθευτών
- Εγγραφή νέων πελατών
- Ηλεκτρονικές Πληρωμές προς την επιχείρηση και τρίτους (εξόφληση λογαριασμών, ΦΠΑ, ΙΚΑ, κ.ά.)
- Σύνδεση με τη βάση δεδομένων και το ERP σύστημα για ανταλλαγή πληροφοριών
- Διαφήμιση ειδών-εταιρειών
- Φιλοξενία Ιστοχώρων (Websites) των μελών (μελλοντικά)
- Εφημερίες Φαρμακείων (ανά πόλη)
- Τράπεζα Πληροφοριών Φαρμάκων

Εγκατάσταση εφαρμογής επικοινωνίας του Συνεταιρισμού μέσω Dial-up σύνδεσης με τα Φαρμακεία

Η εφαρμογή αυτή σε συνδυασμό με την τηλεπικοινωνιακή υποδομή (τηλεφωνικές δομές-modems) θα παρέχουν τη δυνατότητα για Ηλεκτρονική Παραγγελιοληψία σε Πελάτες που δεν είναι χρήστες του Internet ή /και δεν διαθέτουν λογισμικό Φαρμακείου συμβατό με την τεχνολογία Internet (π.χ. εφαρμογή σε περιβάλλον MS-DOS). Θα υπάρχει ένας ενιαίος αριθμός κλήσης με χρέωση της ΑΡΓΩΦΑΡΜ (0800XXXXXXX), τον οποίο θα

καλεί ο Φαρμακοποιός-πελάτης μέσω της εφαρμογής του (πρόγραμμα Φαρμακείου) και θα αποστέλλει το αρχείο παραγγελίας. Ένα από τα modems που θα διατηρούνται στον Συνεταιρισμό γι' αυτόν το σκοπό (αριθμός modems ανάλογος της τηλεπικοινωνιακής κίνησης, αρχικά 4) θα παραλαμβάνει το αρχείο παραγγελίας και μέσω της εφαρμογής επικοινωνίας θα μεταβιβάζεται στο ERP σύστημα, το οποίο θα διεκπεραιώνει την παραγγελία, ενημερώνοντας όλα τα εμπλεκόμενα τμήματα. Ένα νέο αρχείο (απάντησης) θα «γεννιέται» από το ERP , θα διαβιβάζεται στην εφαρμογή επικοινωνίας και μέσω modem θα επιστρέφει στο Φαρμακείο προκειμένου να το ενημερώσει (και την αποθήκη του, αν διατηρεί) για τυχόν ελλείψεις ,εκκρεμότητες, για τις αποστέλλουσες ποσότητες, για νέες τιμές κ.ά. Η όλη διαδικασία εκτιμάται ότι θα διαρκεί ως 2 λεπτά. Η εφαρμογή επικοινωνίας θα φιλοξενείται στον Internet Server ή για λόγους ασφαλείας σε άλλον Υπολογιστή που θα διαθέτει, από τους υπάρχοντες, αποκλειστικά γι' αυτόν το λόγο.

Η ολοκλήρωση των παραπάνω θα δημιουργήσει ισχυρή ηλεκτρονική παρουσία για την ΑΡΓΩΦΑΡΜ και τα μέλη της ενώ παράλληλα θα βελτιώσει τις συναλλακτικές διαδικασίες μεταξύ τους.

Χρήση τεχνολογίας και εξοπλισμού Γραμμικού Κώδικα (Barcode) για τον εκσυγχρονισμό της αποθήκης.

Η διαχείριση Αποθηκών είναι αναμφισβήτητα η σπουδαιότερη δραστηριότητα που διεκπεραιώνεται μηχανογραφικά σε κάθε επιχείρηση. Στην ΑΡΓΩΦΑΡΜ το σύστημα διαχείρισης της Αποθήκης θα περιλαμβάνει εκτυπωτή ετικετών barcode για την κωδικοποίηση των ειδών (κωδικοποίηση ΕΟΦ μέσω του ERP συστήματος) και της θέσης τους στο ράφι και φορητούς ανιχνευτές-σαρωτές (scanners) , οι οποίοι θα καταγράφουν την ετικέτα (θέση είδους) και στη συνέχεια ο χειριστής θα εισάγει την ποσότητα. Στο τέλος της διαδικασίας απογραφής το scanner θα συνδέεται (μέσω σειριακής θύρας) με τον σταθμό εργασίας της Αποθήκης και θα του μεταφέρει τα

δεδομένα, τα οποία μέσω του δικτύου θα μεταβιβάζονται στο ERP σύστημα. Σημειώνεται η έλλειψη barcode στη συσκευασία των φαρμάκων, πράγμα το οποίο δεν επιτρέπει την πλήρη αυτοματοποίηση της διακίνησης (παραλαβή-αποστολή) στην αποθήκη και στα φαρμακεία (παραλαβή-πώληση) και την ιχνηλασιμότητα ανά μονάδα είδους. Η υιοθέτηση barcode στις συσκευασίες των φαρμάκων είναι θέμα χρόνου να υλοποιηθεί (Σύμφωνα με οδηγία της Ε.Ε. θα υλοποιηθεί το 2005 για την ενιαία αγορά με κοινή κωδικοποίηση. Ωστόσο, δεν συμβαίνει το ίδιο με τα παραφάρμακα, τα οποία διαθέτουν ήδη barcode).

Πιλοτική χρήση Προγράμματος Φαρμακείου για την Διασύνδεση με την ΑΡΓΩΦΑΡΜ

Το πρόγραμμα-εφαρμογή θα εγκατασταθεί στον χώρο των πελατών (Φαρμακεία) που θα διαθέτουν την απαραίτητη υποδομή (hardware). Τα Φαρμακεία θα επιλεγούν βάσει αντικειμενικών κριτηρίων (διάθεση εξοπλισμού, γεωγραφική ανάλογη κατανομή, προηγούμενη εμπειρία τεχνολογίας Internet, επιθυμία διασύνδεσης) και μαζί με άλλα που ήδη διαθέτουν την εφαρμογή αυτή, θα αποτελέσουν τα πιλοτικά σημεία χρήσης της Ηλεκτρονικής Παραγγελιοληψίας και των υπόλοιπων νέων υπηρεσιών της ΑΡΓΩΦΑΡΜ. Σκοπός είναι να αποτελέσουν πρότυπα σημεία διασύνδεσης, αντιμετωπίζοντας πρώτα σε αυτά τυχόν δυσκολίες και μεταφέροντας από αυτά σε όλα τα σημεία πώλησης φαρμάκων τις εμπειρίες χρήσης και τα ανταποδοτικά οφέλη των νέων διαδικασιών.

Το πρόγραμμα φαρμακείου θα περιλαμβάνει τα εξής τμήματα (modules):

Κοστολόγηση Συνταγών

Πωλήσεις Φαρμάκων-Παραφαρμάκων

Ταμείο

Αποθήκη (και αυτόματη ενημέρωση μέσω Ηλεκτρονικής Παραγγελιοληψίας)

Διαχείριση Πελατολογίου

Καταστάσεις Ασφαλιστικών Ταμείων

Έκδοση Παραστατικών

Αγορές (Δημιουργία Παραγγελίας, Διεπιφάνεια Ηλεκτρονικής Παραγγελιοληψίας)

Ταμειακή Μηχανή

Barcode (για τα Παραφάρμακα και μελλοντικά για τα Φάρμακα)

Διασύνδεση με ειδικού τύπου εκτυπωτή (απευθείας εκτύπωσης συνταγών)

Η παρούσα πρόταση αποβλέπει σε δύο άξονες:

Αφ' ενός μεν στην αύξηση ανταγωνιστικότητας, αφ' ετέρου δε στη βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών. Αναλυτικά με την υλοποίηση του προτεινόμενου προγράμματος η ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε. θέλει να ικανοποιήσει μια σειρά από βασικές της ανάγκες, οι οποίες έχουν έγκαιρα διαγνωστεί. Αυτές είναι :

Ταχύτητα κι ευελιξία. Με την ανάπτυξη του νέου πληροφοριακού συστήματος, αυτοματοποιούνται όλες οι υπάρχουσες διαδικασίες.

Μειωμένο κόστος διεκπεραίωσης εργασιών. Οι διάφορες διεργασίες λόγω της Ηλεκτρονικής φύσης απαιτούν συγκριτικά λιγότερους πόρους.

Λιγότερη γραφειοκρατία. Λιγότερο χαρτί και μικρότερο κόστος.

Παροχή νέων υπηρεσιών. Τέτοιες υπηρεσίες – ανάγκες, τόσο της επιχείρησης όσο και των Φαρμακείων πελατών είναι:

- Αναβάθμιση των εμπορικών συναλλαγών.
- Τιμοκατάλογοι φαρμάκων και παραφαρμακευτικών ειδών.
- Άμεση πληροφόρηση για νέα είδη-νέες τιμές, αποσύρσεις φαρμάκων.
- Διαφήμιση και προώθηση προϊόντων.
- Ηλεκτρονική ενημέρωση μελών για ζητήματα του κλάδου και παραγγελίες.
- Ηλεκτρονική ενημέρωση μελών για επιστημονικά και ηλεκτρονικά θέματα.
- Τράπεζα πληροφοριών φαρμάκων – ουσιών.
- Πληρωμές και παρακολούθηση λογαριασμών στην Τράπεζα.

- Εξάλειψη διπλοκαταχωρήσεων της πληροφορίας.
- Έγκυρη και αξιόπιστη πληροφόρηση της Γενικής Διεύθυνσης.

Οι στόχοι της επιχείρησης με την υλοποίηση του προτεινόμενου προγράμματος μπορούν να συνοψιστούν στους παρακάτω :

Απόκτηση τεχνογνωσίας, η οποία θα αξιοποιηθεί για την περαιτέρω ανάπτυξη περισσότερων εφαρμογών στο μέλλον.

Αύξηση της Αποδοτικότητας των εργαζομένων και καλύτερη αξιοποίηση του υπάρχοντος προσωπικού.

Δυνατότητα άμεσης λήψης πληροφοριών από το Διοικητικό προσωπικό, γεγονός που θα συμβάλει στη γρηγορότερη και ασφαλέστερη εξαγωγή συμπερασμάτων για τη μελλοντική στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση στην αγορά.

Εκτός από τα παραπάνω με την ολοκλήρωση του προτεινόμενου προγράμματος, οι παραμετρικοί στόχοι που έχει θέσει η ΑΡΓΩΦΑΡΜ είναι :

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας
- Παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών προς τους πελάτες
- Ελαχιστοποίηση του κόστους προσφερόμενων υπηρεσιών
- Δημιουργία οικονομικών κλίματος
- Αύξηση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών και προοπτικών

Αξίζει ακόμη να αναφερθούμε στα στρατηγικά πλεονεκτήματα που πηγάζουν από την υλοποίηση του έργου, όπως :

- Αύξηση της Ανταγωνιστικότητας

- Βελτίωση του επιπέδου ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών. Άμεσα ευνοούμενοι από τη χρήση των ηλεκτρονικών μεθόδων είναι ο φαρμακοποιός και γενικότερα βεβαίως το κοινωνικό σύνολο, αυξάνοντας έτσι το ποσοστό ικανοποίησης του πελάτη.
- Κάλυψη των άμεσων αναγκών με ταχύτητα και οικονομία
- Μεγιστοποίηση του κέρδους
- Επιτάχυνση του εμπορικού κύκλου
- Μείωση του χρόνου παράδοσης παραγγελιών
- Μείωση του κόστους Αποθέματος, καλύτερη διαχείριση Αποθεμάτων – Logistics
- Μείωση του κόστους επεξεργασίας δεδομένων από τον άνθρωπο
- Αποφυγή λαθών από διπλοκαταχωρήσεις

Το παρόν σύστημα μηχανογράφησης καθώς και ο υπάρχων εξοπλισμός θα αντικατασταθούν πλήρως από την υλοποίηση του παρόντος, θα αποτελέσουν όμως την αρχική πηγή πληροφοριών για τον εμπλουτισμό της νέας βάσης δεδομένων, καθώς τα στοιχεία από τις παλαιότερες χρήσεις θα τροφοδοτήσουν ένα νέο σύστημα διαχείρισης πελατών καθώς και το πληροφοριακό σύστημα Διοίκησης (MIS), ώστε να εξαχθούν αποτελέσματα από την πρώτη περίοδο λειτουργίας και να υποστηριχθούν άμεσα οι νέοι στρατηγικοί σχεδιασμοί της επιχείρησης.

Γενικότερα δεν αναμένεται να παρατηρηθούν μεγάλες αναπροσαρμογές στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, μιας και η διαδικασία της λειτουργίας πιο πολύ θα επιταχυνθεί και θα ομαλοποιηθεί παρά θα αναταραχτεί από την εφαρμογή των νέων συστημάτων.

Οι μεγαλύτερες αλλαγές θα παρατηρηθούν στον τρόπο παραγγελιοληψίας και στην εκτέλεση των παραγγελιών, καθώς στην πρώτη περίπτωση ο χρόνος που θα απαιτείται για την λήψη της παραγγελίας καθώς και ο όγκος της συνολικής δουλειάς ενός

υπαλλήλου υπολογίζεται ότι θα μειωθούν, αφήνοντας περιθώριο για περαιτέρω επέκταση και ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Ενώ στην δεύτερη περίπτωση η επιχείρηση προσδοκά μείωση στις πιθανότητες λάθους, απαλλάσσοντας τα επιμέρους τμήματα από επιπλέον διαδικασίες διόρθωσης λαθών.

3.3.3 «ΚΡΥΦΟ» ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ ERP

Η φαρμακαποθήκη ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε έχει –πέρα από όλα τα άλλα- να αντιμετωπίσει και ένα πρόβλημα που παρουσιάστηκε και αυτό είναι η αντίδραση ενός μέρους του προσωπικού στην επικείμενη εισαγωγή του νέου πληροφοριακού συστήματος. Εντονότερη δε ήταν η αντίδραση των μεγαλύτερων σε ηλικία στελεχών που δεν ήταν ιδιαίτερα εξοικειωμένα με τη χρήση Η/Υ, πόσο μάλλον με τα νέα υπολογιστικά συστήματα. Η αντίδραση των υπαλλήλων αφορά σε θέματα όπως:

1. Πόσο άμεσα θα μπορούν να διορθωθούν τυχόν λάθη που θα γίνονται κατά την ώρα της εργασίας, κυρίως σε ό,τι αφορά την παραγγελιοληψία, την τιμολόγηση των ειδών και τη διαχείριση του ταμείου (χρεόγραφα, αποδείξεις είσπραξης/πληρωμής κλπ.)
2. Πόσο λειτουργικό θα είναι το νέο πληροφοριακό σύστημα, σε σύγκριση με το προηγούμενο, στο θέμα της άντλησης των ζητούμενων πληροφοριών γρήγορα και έγκυρα
3. Τι επιπλέον έχει να προσφέρει το νέο πληροφοριακό σύστημα στην εργασία του κάθε υπαλλήλου, εφόσον το ήδη υπάρχον τους καλύπτει σε όλα τα πεδία της δουλειάς τους.

4. Επίσης η εγκατάσταση του νέου συστήματος απαιτεί πολλές ώρες εκπαίδευσης – εκτός του ωραρίου εργασίας- και πολλοί υπάλληλοι δεν είναι διατεθειμένοι να αφιερώσουν επιπλέον χρόνο εκτός δουλειάς.
5. Τίθεται ακόμη και ο προβληματισμός των εργαζομένων για τυχόν μείωση του προσωπικού με την εγκατάσταση του νέου συστήματος.

Προκειμένου να αντιμετωπίσει η διοίκηση της εταιρίας τα παραπάνω θέματα πρέπει να μελετήσει πως λειτουργούσε πριν και πως αναμένεται να λειτουργεί μετά την εγκατάσταση του πληροφοριακού συστήματος. Πριν την εγκατάσταση του ERP ένας μεγάλος αριθμός προσωπικού αφιερώνει χρόνο για τη συλλογή στοιχείων και τη σύνταξη διαφόρων καταστάσεων και reports. Με την εγκατάσταση του ERP η πληροφορία είναι διαθέσιμη προς όλους και μάλιστα άμεσα. Συνεπώς ένας αριθμός εργασιών ρουτίνας θα πάψει να υφίσταται. Όμως η ευκολία με την οποία είναι πλέον διαθέσιμη η πληροφορία επιτρέπει στα στελέχη να κάνουν πιο ουσιώδεις αναλύσεις, με βάση τα στοιχεία που παρέχονται από το ERP, με αποτέλεσμα τα στελέχη που πριν δούλευαν για να δημιουργήσουν την πληροφορία, τώρα να μπορούν να δουλεύουν με αυτή την πληροφορία. Η εταιρία πρέπει να εμπνεύσει τα στελέχη της ώστε να αξιοποιήσουν εποικοδομητικά τα στοιχεία του ERP. Η εκπαίδευση αποτελεί ίσως το πλέον «κρυφό» κόστος στον προϋπολογισμό ενός ERP, γιατί συνήθως υποτιμάται. Το κόστος εκπαίδευσης είναι υψηλό λόγω του ότι οι χρήστες δεν έχουν απλώς να μάθουν ένα νέο interface, αλλά ένα νέο σύνολο διαδικασιών. Οι υπάλληλοι/χρήστες σε όλα τα επίπεδα θα πρέπει να αποδεχθούν νέες υπευθυνότητες, που απαιτούν ανάλογη εκπαίδευση. Παράλληλα απαιτούνται και κάποιες αλλαγές στη φιλοσοφία της διοίκησης και της λειτουργίας ολόκληρης της εταιρίας. Η προτεινόμενη λύση για την εκπαίδευση του προσωπικού είναι η καθοδήγηση από στελέχη της εταιρίας CSA-MATSOUKAS που παρέχει το ERP, με αναλυτική ερμηνεία στους υπαλλήλους κάθε τμήματος όλων των

υποσυστημάτων και λειτουργιών από τα οποία αποτελείται το ERP και με άμεση επέμβαση όπου χρειαστεί κατά το πρώτο διάστημα λειτουργίας του πληροφοριακού συστήματος. Μια δεύτερη λύση που δίνει η εταιρία είναι η «εκπαίδευση των εκπαιδευτών», δηλαδή η εκπαίδευση υφιστάμενου προσωπικού το οποίο με τη σειρά του θα εκπαιδεύσει τους υπόλοιπους χρήστες.

4.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Τα επιχειρησιακά πλεονεκτήματα και τα αναμενόμενα αποτελέσματα που προκύπτουν από την υλοποίηση των επιμέρους υποσυστημάτων του ERP FARMAKON για λογαριασμό της εταιρίας ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε μπορούν να συνοψιστούν στα ακόλουθα:

1. Εγκατάσταση ολοκληρωμένου πληροφοριακού συστήματος Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP)

Τα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή ενός συστήματος ERP θα είναι ιδιαίτερα σημαντικά , μια και θα προηγηθεί ανάλυση απαιτήσεων και συστηματική σχεδίαση και όχι αποσπασματική αντιμετώπιση κατά τις τεχνικές επιλογές. Το ERP σύστημα θα είναι κυρίως προσανατολισμένο στις επιχειρηματικές διεργασίες και όχι στις λειτουργίες, υποστηρίζοντας την καθετοποίηση των δραστηριοτήτων, τη μέγιστη δυνατή ευελιξία και θα αντιμετωπίζει βέλτιστα το πρόβλημα του καταμερισμού των πληροφοριών, των διαδικασιών και των πρακτικών της επιχείρησης.

Η εξοικονόμηση πόρων (κυρίως ανθρώπινων) θα είναι άμεση λόγω του ότι αφενός θα γίνεται καλύτερη αξιοποίησή τους, ενώ παράλληλα περιορίζονται οι διπλοκαταχωρίσεις, τα λάθη κλπ. Φυσικά, η όποια επιλογή θα εξεταστεί προς την επιτυχή εφαρμογή της στο παρελθόν σε ομοειδείς επιχειρήσεις.

Η φαρμακαποθήκη, έχοντας πλήρη επίγνωση των απαιτήσεων της σύγχρονης επιχείρησης τόσο στον εμπορικό όσο και στον διαχειριστικό τομέα, μέσω του συστήματος ERP θα πετύχει τα εξής:

1. Βελτίωση επιχειρηματικών διαδικασιών με γνώμονα την παροχή της ολοκληρωμένης μηχανογραφικής υποστήριξης των εργασιών που επιτελούνται για την βελτιστοποίηση της παραγωγικότητας μέσω της οποίας θα εξασφαλίζεται τελικά η ανταγωνιστικότητα που επιτάσσει η αγορά.

2. Παροχή έγκαιρης και αξιόπιστης ενημέρωσης που πρέπει να είναι διαθέσιμη σε κάθε στέλεχος και εργαζόμενο της επιχείρησης.
3. Αποδέσμευση χρόνου της Διεύθυνσης , του λογιστηρίου και των υπόλοιπων τμημάτων προκειμένου να εστιάσουν την προσοχή τους σε άλλες επιχειρησιακές διαδικασίες που προσφέρουν «αξία», όπως για παράδειγμα είναι η εκμετάλλευση της άμεσης πληροφόρησης για λήψη αποφάσεων και την άσκηση ελέγχου.
4. Βελτίωση πληροφοριακών υποδομών με άμεσο αποτέλεσμα την ταχύτητα επεξεργασίας, τη μειωμένη κυκλοφορία δεδομένων στο τοπικό δίκτυο και την ασφάλη και έλεγχο του συστήματος. Επίσης, η επέκταση του συστήματος θα είναι εύκολη και χωρίς ιδιαίτερο κόστος.
5. Αποτελεσματικότερη διαχείριση αποθεμάτων (Logistics) αποφεύγοντας τις «χαμένες» πωλήσεις λόγω ελλείψεων, αλλά και τη διατήρηση υψηλών αποθεμάτων. Το σύστημα θα είναι σε θέση να προβλέπει το απαραίτητο απόθεμα ανά είδος και ανά ζητούμενο χρονικό ζήτημα.
6. Αποτελεσματικότερη αξιολόγηση των προμηθευτών της επιχείρησης.. Κάθε προμηθευτής θα αξιολογείται με βάση συγκεκριμένα κριτήρια (π.χ. ελλείψεις, χρόνοι ικανοποίησης παραγγελιών κ.ά.)

Πιο συγκεκριμένα ο Φαρμακοποιός θα μπορεί να:

- Δίνει την παραγγελία του άμεσα, όταν χρειάζεται και όταν έχει χρόνο (και όχι με τη συνηθισμένη χρονοβόρα τηλεφωνική διαδικασία που γίνεται συνήθως με πρωτοβουλία της φαρμακαποθήκης).
- Εξοικονομεί χρόνο λόγω των αυτοματοποιημένων διαδικασιών («γένεση» παραγγελίας, διεκπεραίωση συνταγών, εκτύπωση μηνιαίων καταστάσεων, κ.ά.) που θα συντελούνται μέσω του Προγράμματος Φαρμακείου. Εκτιμάται ότι η

εξοικονόμηση χρόνου από τις παραπάνω, χειροκίνητες μέχρι τώρα, διαδικασίες θα είναι κατά μέσο όρο 2 ώρες ημερησίως.

- Ενημερώνεται άμεσα για τα νέα προϊόντα, τις νέες τιμές και επί επαγγελματικών και συνδικαλιστικών θεμάτων καθώς επίσης για επείγοντα θέματα όπως οι αποσύρσεις φαρμάκων, αλλά και τις εφημερίες του.
- Επικοινωνεί με τον κύριο προμηθευτή του (την ΑΡΓΩΦΑΡΜ.) και με άλλα φαρμακεία για επείγουσες ανάγκες όταν εφημερεύει.
- Χρησιμοποιεί, μέσω Internet, όλες τις δυνατότητες ηλεκτρονικών συναλλαγών με το τραπεζικό σύστημα- e-Banking- (εντολές μεταφοράς χρημάτων σε ξένους και ίδιους λογαριασμούς, πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ, ενημέρωση υπολοίπων κ.ά.), με την Εφορία-www.taxisnet.gr- (απόδοση ΦΠΑ, Φορολογία Εισοδήματος, Συγκεντρωτικές Καταστάσεις κ.ά.) και με άλλες υπηρεσίες (π.χ. ΙΚΑ) και να εξοικονομεί ατέλειωτες ώρες αναμονής σε ουρές.
- Προγραμματίζει τις παραγγελίες του, βάσει της «πρότασης» που θα του γίνεται από την εφαρμογή (ανάλογα το είδος και το ζητούμενο χρονικό διάστημα αποθεματοποίησης) και να παρακολουθεί τις οικονομικές του εκκρεμότητες προς τον προμηθευτή του (ΑΡΓΩΦΑΡΜ.)

Από την άλλη μεριά η ΑΡΓΩΦΑΡΜ θα επιτύχει:

- Σύσφιξη των εμπορικών της σχέσεων με τα φαρμακεία – πελάτες.
- Βελτίωση και επιτάχυνση των παρεχόμενων υπηρεσιών
- Εξοικονόμηση κόστους αποθεμάτων
- Περιορισμό των διαχειριστικών εξόδων που σχετίζονται με τα τηλεφωνικά και τα ταχυδρομικά έξοδα, τη χρήση χαρτιού, την επαναπληκτρολόγηση και τα λάθη.
- Βελτιωμένη ενημέρωση μελών και επικοινωνία με συνεργάτες και φορείς.
Προώθηση των προϊόντων με σύγχρονες τεχνικές.

- Συγκέντρωση μικρών παραγγελιών.
- Μικρότερο κόστος απόκτησης νέων πελατών.
- Μείωση κόστους πώλησης, ευκολία συναλλαγών.
- Επιχειρηματική ευφυΐα.
- Πληρωμές και παρακολούθηση οικονομικών εκκρεμοτήτων των μελών (e-Banking, taxisnet).
- Εμπορικές συναλλαγές με αντίστοιχες φαρμακαποθήκες και συνεταιρισμούς.
- Ταυτόχρονη ηλεκτρονική ενημέρωση μελών για θέματα επιστημονικά, κλαδικά και επαγγελματικά.
- Ενημέρωση του κοινού για τις εφημερίες μελών.
- Εξοικονόμηση Ανθρώπινου Δυναμικού από το Τμήμα Παραγγελιών και αξιοποίησής τους στο τμήμα πωλήσεων.
- Απόκτηση πρωτοποριακής γνώσης και πολύτιμης εμπειρίας του προσωπικού λόγω της τεχνολογικής διείσδυσης της επιχείρησης και της εκπαίδευσής τους.
- Δυνατότητα τηλεδιασκέψεων, μέσω Internet, με ομοειδείς φαρμακαποθήκες και άλλους φορείς και αποφυγή άσκοπων μετακινήσεων.
- Πρόβλεψη και προετοιμασία για επέκταση των εφαρμογών που υποστηρίζονται από το έργο για να καλύψουν μελλοντική επικοινωνία με το δίκτυο Προμηθευτών (πλήρης καθετοποίηση της ηλεκτρονικής αγοράς).
- Δυνατότητα καταγραφής και συγκέντρωσης παραπόνων των πελατών.
- Ολοκλήρωση με το ERP σύστημα με αποτέλεσμα την πραγματοποίηση just in time Παραγγελιών.
- Αύξηση διαπραγματευτικής δύναμης με Προμηθευτές.

2. Χρήση τεχνολογίας και εξοπλισμού Γραμμικού Κώδικα (Barcode) για τον εκσυγχρονισμό της Αποθήκης.

Μέσω της σωστής διαχείρισης αποθήκης είναι εφικτό να προκύψει η σωστή εκμετάλλευση και αποτελεσματικότητα λειτουργίας της ΑΡΓΩΦΑΡΜ.

Το σύστημα ERP σε συνδυασμό με τον προτεινόμενο εξοπλισμό ανάγνωσης και επεξεργασίας γραμμικού κώδικα (φορητά barcode scanners και εκτυπωτής barcode ετικετών) θα συμβάλλουν ώστε να παρέχεται , ως πληροφορία στην επιχείρηση, η πραγματική εικόνα της Αποθήκης και να ενημερώνεται με πραγματικά στοιχεία το υποσύστημα Logistics (Διαχείρισης Αποθεμάτων) του ERP.

Βάσει διαδικασιών και διευκολύνσεων που θα παρέχονται από την εκμετάλλευση της τεχνολογίας barcode (ετικέτες στα ράφια) για την καταμέτρηση και αυτόματη καταχώρηση κατά τις φυσικές και κυκλικές απογραφές θα ικανοποιηθούν άμεσες ανάγκες της επιχείρησης όπως:

- Ελαχιστοποίηση του κόστους διαχείρισης των αποθεμάτων
- Βέλτιστη αξιοποίηση των πόρων (εργαζόμενοι, συστήματα).
- Ελαχιστοποίηση του διαχειριστικού φόρτου εργασίας.
- Ελαχιστοποίηση των αστοχιών και μεγιστοποίηση της ταχύτητας και της ποιότητας στην εξυπηρέτηση των πελατών.

Τα οφέλη από την υλοποίηση του παραπάνω έργου θα γίνουν αντιληπτά μετά την πάροδο ορισμένου χρονικού διαστήματος, μέσα στο οποίο το σύστημα θα έχει αποκτήσει κάποια σταθερότητα. Με αυτή τη σταθερότητα και έχοντας πλέον οι χρήστες εξοικειωθεί πλήρως με τις πρακτικές των καθημερινών εργασιών τους, θα αρχίσουν να διαφαίνονται τα οφέλη για την επιχείρηση από την εξοικονόμηση κόστους. Σε πρώτο στάδιο αναμένεται να γίνει ορατή η βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών και να φανεί η διαφορά στην παροχή υπηρεσιών προς τους πελάτες σε σύγκριση με το προηγούμενο σύστημα. Αυτό με τη σειρά του θα έχει ως αποτέλεσμα μεγαλύτερη ικανοποίηση των πελατών και βελτίωση της εικόνας της εταιρίας προς άλλα φαρμακεία, δυνητικούς

πελάτες. Το πληροφοριακό σύστημα επίσης θα βελτιώσει και τις σχέσεις της εταιρίας με του υπόλοιπους «κρίκους» της εφοδιαστικής αλυσίδας, καθώς οι διάφορες συναλλαγές θα γίνονται πολύ πιο εύκολα, γρήγορα και οικονομικά με τη χρήση του internet.

Σε όλα τα παραπάνω ο ρόλος της διοίκησης της επιχείρησης είναι καθοριστικός, ξεκινώντας από το στάδιο της επιλογής του επιθυμητού πληροφοριακού συστήματος που να ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες και να καλύπτει πιο αποτελεσματικά τα πεδία δραστηριοποίησής της. Με δεδομένα την σωστή επιλογή πληροφοριακού συστήματος, αξιόπιστου προμηθευτή του συστήματος αυτού και την ολοκληρωμένη εγκατάστασή του, η υποστήριξη της αλλαγής από την πλευρά της διοίκησης είναι από τα βασικότερα βήματα που θα διασφαλίσουν την αποδοτική λειτουργία του.

5.ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Η αγορά φαρμάκου, Ενημερωτικό Σημείωμα Πανελληνίου Συλλόγου Φαρμακαποθηκαρίων
- [2] Αύξηση Κερδών Για Την Εγχώρια Αγορά Εμπορίας Φαρμάκων, Marketing Net, 12/11/2004. Available from URL: <http://www.marketing-net.gr/online/article.asp?returnPage=INDEX&articleid=1583>
- [3] Η λειτουργία των ελληνικών φαρμακαποθηκών, Ενημερωτικό Σημείωμα Πανελληνίου Συλλόγου Φαρμακαποθηκαρίων
- [4] Οργάνωση και προδιαγραφές λειτουργίας φαρμακαποθήκης, Αρμόδια υπηρεσία: Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας, Διαθέσιμο από το URL: http://www.kep.gov.gr/categories/dimosia_taxi/adeies_idrisis/1670.asp
- [5] Εγχειρίδιο Διασφάλισης Ποιότητας για την «Ορθή Πρακτική Χονδρικής Διανομής Φαρμακευτικών Προϊόντων για Ανθρώπινη Χρήση» (94/C 63/03), Αρχείο Φαρμακαποθήκης VITAFARM A.E
- [6] “Relationships”, John Mack, Pharma Marketing Network, Vol.2, No 10: November 2003. Available from URL: <http://www.pharmamkting.com/news/pmn210-oped.html>
- [7] Physical Flows, Information Flows, Relationships, Available from URL: <http://scrc.ncsu.edu/public/s3terms.html>
- [8] Συνέντευξη Βαγγέλη Κυριακόπουλου, Εμπορικού Διευθυντή Ιδιωτικού Τομέα LogicDIS, περιοδικό «HOW? by ne.o», Ιούλιος 2005
- [9] Kumar, Kuldeep and Jos Van Hillegersberg, “ERP Experiences and Revolution”, Communications of the ACM 43, no 4 (April 2000)
- [10] August W. Scheer, Frank Habermann, Making ERP a Success, Communications of the ACM, Vol.43, No 4, April 2000

- [11]Kalakota R., Robinson M., e-Business2.0: Roadmap for Success. Reading, MA Addison-Wesley (2001)
- [12]Davenport T., Putting the Enterprise into the Enterprise System, Harvard business Review 76 (4), 121-131, 1998
- [13]O' Leary D.E., Enterprise Resource Planning Systems: Systems Life Cycle, Electronic Commerce, and Risk. New York: Cambridge University Press (2000)
- [14]Prasad B., Sharma M.K., Godla J., Critical Issues Affecting an ERP Implementation. Information Systems Management, 16(3), 7-14, 1999
- [15]ERP basics, περιοδικό «HOW? by ne.o», Ιούλιος 2005, σελ.8-12
- [16]Chen I.J., Planning for ERP Systems: Analysis and future trend. Business Process Management Journal, 7(5), 374-386, 2001
- [17]Yahaya Yusuf, A.Gunasekaran, Mark S. Abthorpe, Enterprise Information Systems Project Implementation: A case study of ERP in Rolls-Royce, Int. J. Production Economics, 87 (2004), 251-266
- [18]Hammer M., and J. Champy, Reengineering the Corporation- A Manifesto for Business Revolution, Harper Collins Publishers Inc., New York, 1993
- [19]Pearl Brereton, The Software Customer / Supplier Relationship, Communications of the ACM, Vol.47, No 2, February 2004
- [20]CRM, περιοδικό ne.o, Μάϊος 2005
- [21]Frederick L. Capossela *Successful Customer Relationship Management: Antecedents and Imperatives* ICEB, pp. 325-328, 2004
- [22]Ranjit Bose *Customer relationship management: key components for IT success*, Industrial Management and Data Systems, 102(2), pp. 89-97, 2002.
- [23]Thomas Puschmann and Rainer Alt, *Customer Relationship Management in the Pharmaceutical Industry*, HICSS, 2001.

- [24]Kai Jakobs ,Using the Internet for Tracking & Tracing in Transport Logistics, WSEAS, September 1-6 2001.
- [25]N. E. Hutchinson, An integrated approach to logistics management, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1987.
- [26]Lambert DM., Cooper MC, Issues in supply chain management, Ind. Mark. Manage 1999; 29:65-83
- [27]Anton Cizman, Computerized logistics information systems - a key to competitiveness,Informatica (Slovenia), 25(1), 2001.
- [28]S. C. Graves and A. H. G. Rinnooy Kan and P. H. Zipkin (eds.), Logistics of Production and Inventory, Elsevier, 1993.
- [29]Ursula Y. Alvarado, Herbert Kotzab, Supply Chain Management; The Integration of Logistics in Marketing, Industrial Marketing Management 30 (2001), p.183-198
- [30]Gail Dutton, How Pharma Is Tightening Its Supply Chain To Avoid Counterfeiting, WORLD TRADE MAGAZINE, Magazine Issue Date: 11/01/2004.Available from URL:
http://www.worldtrademag.com/CDA/ArticleInformation/features/BNP_Features_Item/0,3483,136447,00.html
- [31]Michael O. Ball, Meng Ma, Louiqa Raschid and Zhengying Zhao, Supply Chain Infrastructures: System Integration and Information Sharing, SIGMOD Record, Vol.31, No 1, March 2002
- [32]Handfield, Robert B. and Ernest L. Nichols, Jr., Supply Chain Redesign: Transforming Supply Chains Into Integrated Value Systems, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey (2002) (ISBN: 0-13-060312-0). Available from URL: <http://scrc.ncsu.edu/public/DIRECTOR/dir070203.html>

- [33]Hau Lee, Simple Theories For Complex Logistics, Optimize Magazine, Issue 33, July 2004. Available from URL:
<http://www.optimizemag.com/article/showArticle.jhtml?articleId=22101753&pgo=3>
- [34]Christopher R. Moberg, Thomas W. Speh, Evaluating The Relationship Between Questionable Business Practices and The Strength of Supply Chain Relationships, Journal Of Business Logistics, Vol.24, No 2, 2003
- [35]Marcius Fabius Henriques Carvalho and Pythagoras G. Furtado, Optimization Structures for Supply Chain Management PRO-VE, 2002.
- [36]Yain-Whar Si and David Edmond and ter Hofstede and Arthur H. M. and Marlon Dumas and Chan U. Chong ,Specification of Composite Trading Activities in Supply Chain Management, January 01 2005.
- [37]David L. Anderson, Frank E. Britt, and Donavon J. Favre, The Seven Principles of Supply Chain Management, Available from URL:
<http://www.mi-clm.org/>
- [38]James H. Martin, Bruno Grbac, Using Supply Chain Management to leverage a firm's market orientation, Industrial Marketing Management 32 (2003), p.25-38
- [39]G. A. Kruger, The supply chain approach to planning and procurement management, Hewlett-Packard Journal: technical information from the laboratories of Hewlett-Packard Company, 48(1), pp. 28-38, February 1997.
- [40]Inventory Control Software Designed for the Future. Available from URL:
<http://www.trakersystems.com/lite.html>
- [41]Dave Piasecki, Warehouse Management Systems, Inventory Operations Consulting L.L.C. Available from URL:
http://www.inventoryops.com/warehouse_management_systems.htm

- [42]Honghua Dai and Wei Dai, Software Warehouse and Its Management Strategies SEKE, pp. 685-690, 2003.
- [43]P. R. Schrijver and Henk G. Sol, Planning Support for Real-Time Fleet Management of Road Transportation, Decision Support Systems: Experiences and Expectations, pp. 115-132, 1992.
- [44]Partner Relationship Management, Available from URL:
http://searchcrm.techtarget.com/sDefinition/0,290660,sid11_gci214321,00.htm
- [45]Axel Schultze, What's the Difference Between CRM and PRM?, CRM Today. Available from URL:
<http://www.crm2day.com/library/EeppyEFyFpAjkvriZn.php>
- [46]Supplier Relationship Management, Available from URL:
http://searchcrm.techtarget.com/sDefinition/0,,sid21_gci871756,00.html
- [47]Ayman Abouseif, Senior Marketing Director, MEA, Oracle Corp. Successful Supplier Relationship Management, AME Info. Available from URL:
<http://www.ameinfo.com/news/Detailed/35411.html>
- [48]Dave Piasecki, RFID Update: The Basics: The Wal-Mart Mandate, EPC, Privacy Concerns, and More, Inventory Operations Consulting L.L.C. Available from URL: <http://www.inventoryops.com/RFIDupdate.htm>
- [49]RFID: η εποχή μετά τα barcodes, περιοδικό ne.o, Ιανουάριος 2005
- [50]John Arends, A GPS primer: two top 10 lists help you decide how to choose a fleet management system. Available from URL:
http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0NSY/is_2_22/ai_n6079908/print
- [51]Υποβολή Πρότασης Επιχορήγησης Επένδυσης στο Πρόγραμμα «Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά»,Αρχείο της Εταιρίας ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε.,2004
- [52]Farmakon – Λογισμικό Διαχείρισης Φαρμακείου. Διαθέσιμο από το URL:
<http://www.comitech.gr/brochure.PDF>

[53]Περιοδικό «HOW? by ne.o», σελ.48-52, Ιούλιος 2005

6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

1. Πίνακας 1: Απαιτούμενη υποδομή για την υλοποίηση του έργου αναβάθμισης του πληροφοριακού συστήματος της επιχείρησης ΑΡΓΩΦΑΡΜ Α.Ε.

Αναλυτικά Ποσοτικά Στοιχεία Φυσικού - Οικονομικού Αντικειμένου										
ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ			ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ					ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ		
α/α	Κωδικός Επιλέξιμης Ενέργειας	Κωδικός Κατηγορίας Δαπάνης	Περιγραφή	Εμπορική Ονομασία/ Τύπος	Μονάδα Μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή ΜΟΝΑΔΟΣ (χωρίς ΦΠΑ)	Επωνυμία Προτεινόμενου Προμηθευτή	ΑΦΜ Προτεινόμενου Προμηθευτή	Αριθμός Αναφοράς Προσφοράς
1	1.1	2	ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΟΡΩΝ	FARMAKON ERP / ERP [33]	ΑΔΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	1	16.000 €	CSA – ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΜΑΤΣΟΥΚΑΣ		
2	1.1	2	ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ORACLE 9i / ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΑΔΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	6	2.820 €	CSA – ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΜΑΤΣΟΥΚΑΣ		
3	1.1	2	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ SERVER (+ 5 CLIENT)	WINDOWS 2000 SERVER / ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	ΑΔΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	1	950 €			
4	1.1	2	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΧΡΗΣΤΩΝ	WINDOWS 2000 PROFESSIONAL / ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	ΑΔΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	5	126,60 €			
5	1.1	2	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΑΠΟ ΙΟΥΣ	NORTON ANTIVIRUS / ANTIVIRUS	ΑΔΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	6	930 €			

	1.1	2	CD ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΑΠΟ ΙΟΥΣ	NORTON ANTIVIRUS / ANTIVIRUS	ΤΕΜΑΧΙΟ	1	56,16 €			
7	1.1	2	ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	ΦΑΡΜΑΚΟΝ / ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	ΑΔΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	25	9625 €			
8	1.1	2	ΣΟΥΙΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	MS OFFICE XP PROFESSIONAL/ OFFICE APPLICATIONS	ΑΔΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	3	985 €			
9	1.1	1	ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗΣ ERP (DATABASE SERVER)	PROLIANT ML370G2 / ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗΣ	ΤΕΜΑΧΙΟ	1	7625,22 €			
10										

2. ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ FARMAKON [52]

Τεχνικά Χαρακτηριστικά

Το πρόγραμμα φαρμακείου **FarmakoN** είναι σχεδιασμένο με σύγχρονο με σύγχρονα προγραμματιστικά εργαλεία. Εκμεταλλεύεται πλήρως τις δυνατότητες της τεχνολογίας των Windows, είναι εύκολο στη χρήση ακόμα και για το φαρμακοποιό που δεν είναι εξοικειωμένος με αυτό το περιβάλλον.



Χρήση Barcode

Προσθέτει ταχύτητα, ασφάλεια και αξιοπιστία, παρέχοντας ταυτόχρονα περιορισμό της χρήσης πληκτρολογίου.

Δίκτυο

Το πρόγραμμα **FarmakoN** είναι σχεδιασμένο να λειτουργεί σε περιβάλλον δικτύου και να εκμεταλλεύεται τις περιφερειακές συσκευές.

Ταμειακή

Για μεγαλύτερη ταχύτητα και μικρότερο κόστος, το πρόγραμμα φαρμακείου **FarmakoN** συνδέεται με ταμειακή μηχανή με δυνατότητα αναγραφής του είδους στην απόδειξη. Παράλληλα, μπορεί να γίνεται χρήση του εκτυπωτή για έκδοση τιμολογίων και λοιπών καταστάσεων.

Σύνδεση με Φαρμακαποθήκη

Η εταιρία **CSA** έχοντας πολυετή εμπειρία στο χώρο του φαρμάκου, έχει τη δυνατότητα μέσα από τη μηχανογράφηση των φαρμακαποθηκών να εντάξει διαδικασίες επικοινωνίας φαρμακείων - φαρμακαποθηκών με μοναδικό τρόπο και ευελιξία.

Χαρακτηριστικά Προγράμματος

Πλήρης παραμετροποίηση

Το πρόγραμμα είναι πλήρως παραμετροποιημένο, δηλαδή, ο χρήστης το προσαρμόζει στις δικές του ανάγκες. Για παράδειγμα, μπορεί να καθορίσει αν θα παρακολουθεί υπόλοιπο στην αποθήκη, αν θα έχει κλειστή αποθήκη ή αν θα κάνει πωλήσεις ανεξάρτητα από το υπόλοιπο. Να δηλώσει δικά του μηνύματα ελέγχου κατά τη διαδικασία εκτέλεσης των συνταγών, τα δικά του ποσοστά κέρδους σε κάθε κατηγορία ειδών, και να παρακολουθεί στοιχεία για περισσότερες από μια χρήσεις.



Ευελιξία στην αναζήτηση

Η αναζήτηση των στοιχείων γίνεται με πολλαπλούς τρόπους, αλλά και σε συνδυασμό με πολλαπλά κριτήρια. Έτσι μπορούμε να βρούμε τις συνταγές ενός πελάτη ή ενός χρήστη του προγράμματος όταν λειτουργούμε σε περιβάλλον δικτύου, να κάνουμε αναζήτηση με τη δραστική ουσία, με την ένδειξη, με την κατηγορία, καθώς και με τα είδη που έχουν καταχωρηθεί με ευθύνη του φαρμακοποιού.



On-line ενημέρωση

Η ενημέρωση των βασικών αρχείων γίνεται on-line, έτσι ώστε να έχουμε άμεση πληροφόρηση για τα υπόλοιπα της αποθήκης των πελατών, αλλά και των προμηθευτών μας.

Εκτύπωση - προεπισκόπηση δεδομένων

Κάθε πληροφοριακή κατάσταση έχει τη δυνατότητα εκτύπωσης ή προβολής της στην οθόνη μέσα από τη διαδικασία προεπισκόπησης.

Ιστορικό ενημέρωσης φαρμάκων

Το πρόγραμμα μέσα από τη διαδικασία ενημέρωσης ειδών διατηρεί ιστορικό αρχείο με τις αλλαγές που έχουν γίνει σε κάθε πεδίο της αποθήκης και για κάθε είδος. Έτσι παρέχεται η δυνατότητα σύγκρισης των διαφόρων στοιχείων.

Ενσωμάτωση παραφαρμάκων

Μέσα από τις φαρμακαποθήκες - συνεταιρισμούς, το πρόγραμμα **FarmakoN** έχει τη δυνατότητα να τροφοδοτείται με τα παραφάρμακα (γάλατα, παιδικές τροφές κτλ.). Έτσι υπάρχει ενιαία κωδικοποίηση και απόλυτη ταύτιση δεδομένων.

Εκκρεμότητες

Αναλυτική παρακολούθηση δανεικών μέσα από το κύκλωμα λιανικής πώλησης (Συνταγές), αλλά και από το αρχείο πελατών. Προβολή δανεικών με στοιχεία όπως: η ημερομηνία, ο πελάτης, η ποσότητα, δίνουν ευελιξία για μια πλήρη παρακολούθηση της αποθήκης και των οικονομικών υπολοίπων.

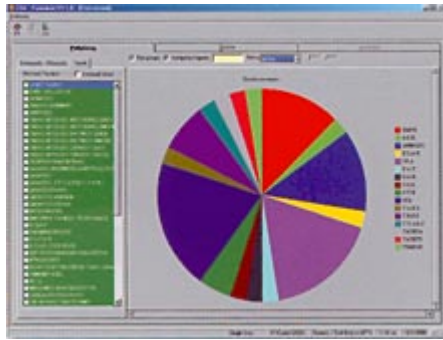
Κωδικός	Όνομα	Μονάδα	Ποσότητα	Μηνιαίο	Ετήσιο	Ποσοστό	Ποσοστό	Ποσοστό	Ποσοστό
1	Ασπιρίνη	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
2	Παρακεταμόλη	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
3	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
4	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
5	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
6	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
7	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
8	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
9	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100
10	Αντιβιοτικό	Καψάκια	100	100	100	100	100	100	100

Παραγγελίες

Δυνατότητα δημιουργίας παραγγελίας βάσει πωλήσεων ημέρας, βάσει Min, Max Stock, βάσει αρνητικών υπολοίπων. Διαχωρισμός των ποσοτήτων για κάθε είδος στους βασικούς προμηθευτές. Δημιουργία δελτίου παραγγελίας για κάθε προμηθευτή, με δυνατότητα αλλαγής ή προσθήκης νέων ειδών.

Συνταγές

Στο κύκλωμα των συνταγών έχετε τη δυνατότητα καταχώρησης κινήσεων με ταμείο (Συνταγές) και χωρίς ταμείο (Ελεύθερη Πώληση). Πλήρης παραμετροποίηση δεδομένων, δυνατότητα εύρεσης όμοιων φαρμάκων, καθώς και πολλαπλές καταχωρήσεις συνταγών σε μια απόδειξη.



Στατιστικά

Προβολή στατιστικών στοιχείων ανά μήνα σε επίπεδο ποσότητας αλλά και αξίας ειδών (τζιρος). Στατιστική αξιολόγηση πωλήσεων συνταγών ανά ταμείο και κατηγορίας ειδών. Δυνατότητα προβολής δεδομένων σε γράφημα πολλαπλών διαστάσεων (δισδιάστατα, τρισδιάστατα, κτλ.).

Ιστορικό πελάτη

Για τους πελάτες που ο φαρμακοποιός θέλει να κρατά στοιχεία για τα είδη που αγοράζουν, υπάρχει η δυνατότητα διατήρησης ιστορικού αρχείου για κάθε πελάτη, ανά ημερομηνία και είδος.

Διαχείριση δελτίων παραγγελίας

Τροποποίηση δελτίων παραγγελίας (Συμπληρωματική παραγγελία), αναζήτηση των εκκρεμών δελτίων για αποστολή παραγγελίας, μέσω modem και λήψη τιμολογίου κάνοντας χρήση της ενιαίας κωδικοποίησης σε φάρμακα, αλλά και σε παραφάρμακα (κτηνιατρικά, γάλατα, παιδικές τροφές), που ενσωματώνονται ηλεκτρονικά από τη φαρμακαποθήκη ή το συνεταιρισμό σας.

Ταμεία

Στο κύκλωμα αυτό γίνεται προβολή των οικονομικών στοιχείων των ταμείων, αλλά και των ελεύθερων πωλήσεων ανά μήνα και έτος. Υπάρχει η δυνατότητα εκτύπωσης ή προεπισκόπησης των ασφαλιστικών καταστάσεων, καθώς και πολλαπλές καταστάσεις ελέγχου.

"Εσοδα - "Εξοδα

Υπάρχει η δυνατότητα τήρησης βιβλίου εσόδων - εξόδων και παρακολούθησης του Φ.Π.Α. της επιχείρησης. Η ενημέρωση των βιβλίων από την εμπορική διαχείριση γίνεται αυτόματα.

3. ΛΥΣΕΙΣ ERP ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ [53]

ERP

ΟΔΗΓΟΣ ΛΥΣΕΩΝ ERP

<p>Athens Technology Center, www.atc.gr, Τηλ.: 210 68.74.300</p> <p>Όνομα προϊόντος: Epicor Enterprise</p> <p>Modules: Financials, Distribution, Assembly, Manufacturing, Warehouse Management, SRM, CRM, Project, eCommerce, eProcurement, Business Intelligence, (DecisionStore, Reporting, Analytics), Portals, Epicor for Hospitality & Entertainment, Epicor for Service Enterprises</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Κάθε είδος εταιριών</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: Τέσσερις (4) εξουσιοδοτημένοι συνεργάτες σε Ελλάδα, Κύπρο, Ρουμανία</p>
<p>DCW Software Hellas, www.dcw.gr, Τηλ.: 210 28.56.564</p> <p>Όνομα προϊόντος: DCW ERP</p> <p>Modules: Finance & Accounting, Material Mgt, E-commerce, Controlling, National Versions, Industry Solutions, Business Intelligence</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Χρηματοοικονομικό, Αυτοκινητοβιομηχανία, Supermarkets, Εκπαιδευτήρια, Αεροπορικές Εταιρίες, Βιομηχανία, Ναυτιλιακές</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: -</p>
<p>Entersoft, www.entersoft.gr, Τηλ.: 210 95.25.001</p> <p>Όνομα προϊόντος: Entersoft Business Suite</p> <p>Modules: Οικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Προϋπολογισμών, Χρηματοοικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Παγίων, Διαχείριση Συναλλαγασμένων, Διαχείριση Αποθεμάτων, Διαχείριση Παραγωγής, Διαχείριση Έργων, Εταιρική Πληροφόρηση (MIS)</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Χονδρικό Εμπόριο, Βιομηχανία, Λιανικό Εμπόριο, Ένδυση-Υπόδηση, Εμπόριο Ηλεκτρονικών και Προϊόντων Υψηλής Τεχνολογίας, Τεχνικές Εταιρίες, Χονδρικό Εμπόριο Ηλεκτρολογικού Υλικού, Τρόφιμα-Ποτά</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: Περισσότεροι από 25 πιστοποιημένοι συνεργάτες πανελλαδικά. Ενδεικτικά αναφέρονται οι Improve, A&N Computers, NEDA, ACCIS κ.λπ.</p> <p>Όνομα προϊόντος: PROT@ERP</p> <p>Modules: Οικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Προϋπολογισμών, Χρηματοοικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Παγίων, Διαχείριση Συναλλαγασμένων, Διαχείριση Αποθεμάτων, Εταιρική Πληροφόρηση (MIS)</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Ξενοδοχειακές μονάδες</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: HIT A.E. (http://www.hit.com.gr)</p>
<p>Group Technology, Τηλ.: 211 50.07.090-91</p> <p>Όνομα προϊόντος: Leader ERP</p> <p>Modules: Πελάτες-Πωλήσεις, Προμηθευτές-Αγορές, Λιανική, Αποθήκη, Χρηματοοικονομικά, Γενική-Αναλυτική Λογιστική, Εναλλακτικά Λογιστικά Σχέδια, Παραγωγή, MRP II, CRM, Workflow Management (Γραστατικών), Access Control Time & Attendance</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Εμπορικές, Παραγωγικές, Παροχής Υπηρεσιών. Επίσης σε κάθετες αγορές, όπως: Μεταφορές, Γραφικές Τέχνες, Εταιρίες Συσκευασίας, Παραγωγή Επίπλου, Ψύκτες-Εμφιαλωμένο Νερό, Παραγωγή Ναυτιλιακών Ειδών, Παραγωγή Επιχειρηματικού Δώρου, Κύλινδροι Βαθιπυτίας, Χρώμα-Μέγεθος-Σχέδιο κ.λπ., Εταιρίες Συστημάτων Ασφαλείας</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: Epsilon Net, Artisy, EnterCon</p>
<p>Lavisoft Συστήματα Πληροφορικής, www.lavisoft.gr, Τηλ.: 210 66.91.561</p> <p>Όνομα προϊόντος: ERMIS Σύστημα Διαχείρισης Εταιρικών Πόρων</p> <p>Modules: Διαχείριση Οικονομικών (Financials Management Application), Διαχείριση Πωλήσεων (Sales Management Application), Διαχείριση Αποθεμάτων (Warehouse Management Application), Διαχείριση Παραγωγής (Production Management Application), Διαχείριση Συστήματος (Operation Management Application)</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Βιομηχανίες: Φαρμάκου, Χημικών, Καλλυντικών, Τοιμέντου κ.λπ, Εταιρίες: Εισαγωγών & Εξαγωγών, Παροχής Υπηρεσιών, Γεωργικών Συνεταιρισμών, Εμπορίου, Μεταφορών</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: -</p>
<p>LogicDIS, www.logicdis.gr, 210 87.66.000</p> <p>Όνομα προϊόντος: LogicDIS Solution ERP</p> <p>Modules: Οικονομική Διαχείριση, Χρηματοοικονομική Διαχείριση, Εμπορική Διαχείριση, Παραγωγή, Advanced Παραγωγή, Κύκλωμα Λιανικής, Συγχρονιστής Βάσεων, Wizard Δημιουργίας Οθονών & Εντύπων, Business Strategy-MIS, Εφαρμογές Plus, Κάθετες Αγορές, E-Business Suite, E-Sales, Security</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Σε μεγάλες και πολύ μεγάλες επιχειρήσεις κάθε δραστηριότητας</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: -</p> <p>Όνομα προϊόντος: LogicDIS Business ERP</p> <p>Modules: Οικονομική Διαχείριση, Διοικητικοί Λογαριασμοί, Εξωλογιστική Κοστολόγηση Δραστηριοτήτων, Consolidation, Advanced Διαχείριση Παγίων, Εμπορική Διαχείριση, Αριθμοί Σειράς, Παρτίδες, Κοστολόγηση Εισαγωγών, Advanced Order Processing, Κύκλωμα Διαχείρισης Προμηθειών, Βιομηχανική Παραγωγή, Εντολές Παραγωγής, Προγραμματισμός Παραγωγής (MRP), Συντήρηση Βιομηχανικού Εξοπλισμού, Advanced Reporting Tools, Στατιστικοί Πίνακες Πληροφόρησης</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Σε μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις κάθε δραστηριότητας</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: Περισσότεροι από 350 Business Partners Πανελλαδικά</p> <p>Όνομα προϊόντος: LogicDIS Prime ERP</p> <p>Modules: Οικονομική Διαχείριση, Advanced Οικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Παγίων, Εμπορική Διαχείριση, Διαχείριση Προϋπολογισμών, Advanced Εμπορική Διαχείριση, Αριθμοί Σειράς, Παρτίδες, Κοστολόγηση Εισαγωγών, Συναγές, Advanced Reporting Tools</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Σε μεσαίες επιχειρήσεις κάθε δραστηριότητας</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: Περισσότεροι από 350 Business Partners Πανελλαδικά</p> <p>Όνομα προϊόντος: LogicDIS Leasing ERP</p> <p>Modules: Συμβάσεις, Παραρτήματα, Μισθώματα, Εμπορική Διαχείριση, Πάγια, Γενική & Αναλυτική Λογιστική</p> <p>Τομείς που απευθύνεται: Σε εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης (Leasing)</p> <p>Δίκτυο συνεργατών: -</p>

ΟΔΗΓΟΣ ΛΥΣΕΩΝ ERP

Όνομα προϊόντος: LogicDIS Securities ERP

Modules: BackOffice - Middle Office - Front Office, Trade & Order Routing, Portfolio Management, Θεματοφυλακή, Security & Audit, Internet EΛΔE Client, Internet Personal Client, Σύστημα Δείκτη Φερεγγυότητας/M.X.A. & Επίσημων Αναφορών, CRM, Οικονομική Διαχείριση, MIS - Decision Support System, Collaboration Server, Alert Server, Object Model

Τομείς που απευθύνεται: Σε όλες τις ΑΧΕΠΕΥ

Δίκτυο συνεργατών: -

Όνομα προϊόντος: LogicDIS Car Lease ERP

Modules: Διαχείριση Στόλου, Εμπορική Διαχείριση, Πάγια, Γενική & Αναλυτική Λογιστική

Τομείς που απευθύνεται: Εταιρίες μακροχρόνιας μίσθωσης οχημάτων

Δίκτυο συνεργατών: -

Megasoft, www.megasoft.gr, Τηλ.: 210 34.50.548

Όνομα προϊόντος: Prisma ERP

Modules: Εμπορική Διαχείριση, Διαχείριση Αποθεμάτων, Συναλλαγές Εξωτερικού, MIS, Οικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Συσκευών, Παραγωγή, Κωδικοποίηση, Διαχείριση Διαστάσεων, Διαχείριση Barcodes, Διαχείριση Serial Numbers, Παραμετρικά Πεδία, Διαχείριση Παρτίδων, Σύνδεση με Εργαλεία Αναφορών, Φορητή Τιμολόγηση, Διαχείριση Χαρακτηριστικών Ειδών, Ομαδική Αποστολή E-mail, Κωδικό Ομοίων-Αντιστοιχίες & Εφαρμογές Ειδών, Διαχείριση Γραφείου, Auto-Moto

Τομείς που απευθύνεται: Εμπορικές Επιχειρήσεις και Επιχειρήσεις Auto-Moto

Δίκτυο συνεργατών: Πανελλαδικό Δίκτυο Αντιπροσώπων

Microsoft Hellas, www.microsoft.com/hellas/businesssolutions, Τηλ.: 211 12.06.000

Όνομα προϊόντος: Microsoft Business Solutions-Navision

Modules: Οικονομική Διαχείριση (Γενική & Αναλυτική Λογιστική, Εισπράξεις, Πληρωμές, Πάγια, Επιταγές & Γραμμάτια) Διανομή (Διαχείριση Αποθεμάτων, Διαχείριση Αποθηκών), Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (Πωλήσεις και Μάρκετινγκ, Διαχείριση Τεχνικής Υποστήριξης), Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων και Έργων (Διαχείριση Έργων, Διαχείριση Πόρων), Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Τομείς που απευθύνεται: Απευθύνεται σε μικρές, μεσαίες και τμήματα μεγάλων επιχειρήσεων των οποίων οι δραστηριότητες εκτείνονται από παροχή υπηρεσιών, σε διανομή/μεταπώληση έως παραγωγική διαδικασία σε τοπικό ή πολυεθνικό επίπεδο

Δίκτυο συνεργατών: ACE Hellas, Computer Life, Computer Project, Cosmos Business Systems, Data Communication, Effect, Computer Applications, Ernst & Young, Step One, Exodus, Fortune Technologies, Intersys, KPMG, PC Systems, Real Consulting, Scicom

NetU Hellas, www.netugroup.com, Τηλ.: 210 69.10.378

Όνομα προϊόντος: SunSystems

Modules: SunAccount: Γενική & Αναλυτική Λογιστική, Κέντρα Κόστους, Πάγια, Πολλαπλά Νομίσματα SunBusiness: Παραγγελίες/Τιμολόγηση Πωλήσεων & Αγορών, Αποθήκη - SunAnalytics: MIS & Financial reporting, Vision Executive, IFRS, Sun Budgeting & Forecasting - Sun Collect (Διαχείριση Εισπράξεων) - Sun Procurement (Διαχείριση Προμηθειών) - Sun Application Portal

Τομείς που απευθύνεται: Financial Institutions, Commercial companies, Banking, Chemicals, Communications, Energy, Entertainment, Hospitality, High Tech Industrial, Insurance, Pharmaceuticals, Retail, Telecommunications, Transportation, Travel/Leisure

Δίκτυο συνεργατών: -

Oracle Hellas, www.oracle.com/gr, Τηλ.: 210 67.89.200

Όνομα προϊόντος: Oracle E-Business Suite

Modules: Οικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Έργων, Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες (Marketing & Πωλήσεις, Service) Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού, Εφαρμογές Επιχειρηματικής Ευφυΐας

Τομείς που απευθύνεται: Οι παραπάνω εφαρμογές είναι οριζόντιες, απευθύνονται, δηλαδή, σε όλες τις επιχειρήσεις

Δίκτυο συνεργατών: Ενδεικτικά: 01 Πληροφορική, Accenture, Altec, IBM, Intersys, Intracom, Planet Ernst & Young

Όνομα προϊόντος: Oracle E-Business Suite Special Edition

Modules: Οικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Διαχείριση Σχέσεων με Πελάτες

Τομείς που απευθύνεται: Οι παραπάνω εφαρμογές είναι οριζόντιες, απευθύνονται σε όλες τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (δηλ. επιχειρήσεις από 10 έως 50 χρήστες)

Δίκτυο συνεργατών: Dynamic Business Solutions (DBS), Intersys, IST, Next, Software Development Center (SDC)

Quality & Reliability, www.qnr.com.gr, Τηλ.: 210 80.29.409

Όνομα προϊόντος: Orama ERP

Modules: MRPII, CRM, Payroll, WMS, MIS, Retail, Get Order, Data Flow & Process Management

Τομείς που απευθύνεται: Βιομηχανία, Εμπόριο, Υπηρεσίες, Λιανική Πώληση

Δίκτυο συνεργατών: Δεν υπάρχει δίκτυο

Real Consulting, www.realconsulting.gr, Τηλ.: 210 63.81.000

Όνομα προϊόντος: Real Business Solution powered by Microsoft Navision

Modules: Οικονομική Διαχείριση, Διανομή, Παραγωγή, Διαχείριση CRM, Διαχείριση Πόρων & Έργων, Αναλύσεις, Μισθοδοσία

Τομείς που απευθύνεται: Απευθύνεται σε επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους, σε όλους τους τομείς της αγοράς και σε κάθε τους κλάδους όπως Κατασκευές, Υπηρεσίες, Βιομηχανίες

Όνομα προϊόντος: Microsoft Business Solutions Retail Management System

Modules: Διαχείριση Σημείου Πώλησης, Διαχείριση Καταστήματος, Διαχείριση Αλυσίδας Καταστημάτων

Τομείς που απευθύνεται: Λιανική Πώληση

Όνομα προϊόντος: Incadea Engine

Modules: Οικονομική Διαχείριση, Διαχείριση Αυτοκινήτων, Διαχείριση Ανταλλακτικών, Διαχείριση Συνεργείου, CRM

Τομείς που απευθύνεται: Εταιρίες μακροχρόνιας μίσθωσης οχημάτων

Δίκτυο συνεργατών: -

SAP Hellas, www.sap.com/greece, Τηλ.: 210 94.73.800Όνομα προϊόντος: **mySAP Business Suite**

Κύριες Εφαρμογές: mySAP ERP, mySAP Customer Relationship Management (mySAP CRM), mySAP Supply Chain Management (mySAP SCM), mySAP Supplier Relationship Management (mySAP SRM), mySAP Product Lifecycle Management (mySAP PLM)

Τομείς που απευθύνεται: Cross industry

Δίκτυο συνεργατών: Accenture, d.d.synergy, ELSOP, IBM, Intrasoft International, Lavisoft, LogicDIS, Noetron, Real Consulting-Siemens, Step One, TEKA SYSTEMS

Όνομα προϊόντος: **mySAP ERP**

Λειτουργικές Περιοχές: mySAP ERP Financials, mySAP ERP Human Capital Management (mySAP ERP HCM), mySAP ERP Operations, mySAP ERP Corporate Services

Τομείς που απευθύνεται: Cross industry

Δίκτυο συνεργατών: Accenture, d.d.synergy, ELSOP, IBM, Intrasoft International, Lavisoft, LogicDIS, Noetron, Real Consulting-Siemens, Step One, TEKA SYSTEMS

Scicom, www.scicom.gr, Τηλ.: 210 28.43.000Όνομα προϊόντος: **LS-Retail**

Modules: Stores, POS

Τομείς που απευθύνεται: Καταστήματα Λιανικής Πώλησης, Εστιατόρια

Δίκτυο συνεργατών: -

Singular Software, www.singular.gr, Τηλ.: 210 62.66.100Όνομα προϊόντος: **Singular Enterprise**

Modules: Οικονομική Διαχείριση, Εμπορική Διαχείριση, Εφοδιαστική Διαχείριση Αποθεμάτων, Προγραμματισμός & Έλεγχος Αποθεμάτων, Διαχείριση Διανομών, Management Information Systems (MIS), Διαχείριση Ασύρματων Τερματικών, Διαχείριση Παγίων, Διαχείριση Προϋπολογισμών, Διοίκηση, Παραγωγής Third Party Logistics, Singular Enterprise e-Order

Τομείς που απευθύνεται: Κυρίως στις μεσαίες και μεγάλες εμπορικές και βιομηχανικές επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, καθώς και σε επιχειρήσεις του ευρύτερου δημόσιου τομέα (ΔΕΚΟ, Αγροτικοί συνεταιρισμοί κ.λπ.). Η εφαρμογή ενσωματώνει όλη την τεχνολογία και την πολυετή εμπειρία της Singular Software, καλύπτει μηχανογραφικά όλες τις βασικές λειτουργίες μίας σύγχρονης επιχείρησης και επιπλέον μπορεί να επεκταθεί κατά παραγγελία έτσι ώστε να καλύψει το 100% των αναγκών του εκάστοτε πελάτη

Δίκτυο συνεργατών: Πανελλαδικό δίκτυο πιστοποιημένων αντιπροσώπων και συνεργατών

Όνομα προϊόντος: **Singular Enterprise Express**

Modules: Singular Enterprise Express, Management Information System (MIS), Διαχείριση Προϋπολογισμών, Singular Enterprise e-Order

Τομείς που απευθύνεται: Κυρίως στις μεσαίες επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, ανεξαρτήτως του αντικείμενου και του κλάδου που δραστηριοποιούνται. Καλύπτει οφαιρικά το κύκλωμα της εμπορικής και λογιστικής τους παρακολούθησης, της διαχείρισης των παγίων και της κοστολόγησης της παραγωγής, αποτελώντας παράλληλα ένα πολύτιμο εργαλείο κεντρικής πληροφόρησης και διοίκησης (MIS). Διαθέτει πλήρη επεκτασιμότητα για ανάγκες διοίκησης αποθεμάτων, διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας, διοίκησης παραγωγής και διοίκησης πόρων και υπηρεσιών, και μπορεί να εμπλουτιστεί και να διευρυνθεί με δυναμικά, ξεχωριστά μοντέλα λειτουργίας, κλαδικού χαρακτήρα

Δίκτυο συνεργατών: Πανελλαδικό δίκτυο πιστοποιημένων αντιπροσώπων και συνεργατών

SoftOne Technologies, www.softone.gr, Τηλ.: 210 94.84.790 - 2310 33.46.46Όνομα προϊόντος: **S1 Panorama Operations**

Modules: Stock Management, Συναλλασσόμενοι, Εμπορική Δραστηριότητα, Χρηματοοικονομική Διαχείριση-Δαπάνες, Reports-Tools Πρόσθετες Ενότητες

Τομείς που απευθύνεται: Η εφαρμογή είναι κατάλληλη για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις κάθε αντικείμενου και δραστηριότητας ανεξαρτήτως κλάδου (εμπόριο, παραγωγή, παροχή υπηρεσιών)

Δίκτυο συνεργατών: Για την επιλογή του καταλληλότερου συνεργάτη, οι επιχειρήσεις μπορούν να απευθύνονται στα τμήματα πωλήσεων της εταιρίας (Αθήνα και Θεσσαλονίκη)

Όνομα προϊόντος: **S1 Panorama ERP**

Modules: Stock Management, Συναλλασσόμενοι, Εμπορική Δραστηριότητα, Χρηματοοικονομική Διαχείριση-Δαπάνες, Διεθνείς Συναλλαγές, Λογιστική Ενότητα, Business Administration, Reporting Tools, Customization Tools, Tools Επικοινωνίας & Απομακρυσμένης Υποστήριξης

Τομείς που απευθύνεται: Η εφαρμογή είναι κατάλληλη για μεσαίες επιχειρήσεις κάθε αντικείμενου και δραστηριότητας ανεξαρτήτως κλάδου (εμπόριο, παραγωγή, παροχή υπηρεσιών) που έχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις προσαρμογής του πληροφοριακού συστήματος με τη χρήση ειδικών εργαλείων customization, που έχουν αναπτυχθεί ειδικά για το λόγο αυτό

Δίκτυο συνεργατών: Για την επιλογή του καταλληλότερου συνεργάτη, οι επιχειρήσεις μπορούν να απευθύνονται στα τμήματα πωλήσεων της εταιρίας (Αθήνα και Θεσσαλονίκη)

Όνομα προϊόντος: **S1 / My Panorama**

Modules: Stock Management & ειδικές θεματικές ενότητες, Ενότητες Συναλλασσόμενων, Εμπορικές Συναλλαγές, Χρηματοοικονομικές & λοιπές συναλλαγές, International, Λογιστικές ενότητες, Ανθρώπινοι πόροι-Ειδικότητες-Μισθοδοσία, Παραγωγική διαδικασία, Παροχή Υπηρεσιών, Γενική επιχειρησιακή οργάνωση, Reporting Tools, Customization Tool, Εκδόσεις εξωτερικού - (Περιλαμβάνει όλες τις ενότητες που έχουν αναπτυχθεί από τη SoftOne)

Τομείς που απευθύνεται: Η εφαρμογή είναι κατάλληλη για μεγάλες επιχειρήσεις κάθε αντικείμενου και δραστηριότητας ανεξαρτήτως κλάδου (εμπόριο, παραγωγή, παροχή υπηρεσιών) που έχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις προσαρμογής του πληροφοριακού συστήματος με τη χρήση ειδικών εργαλείων customization, που έχουν αναπτυχθεί ειδικά για το λόγο αυτό, ή που επιθυμούν να αντιμετωπίσουν διαχειριστικές ιδιαιτερότητες με την επιλογή συγκεκριμένων ενότητων για την κάλυψή τους

Δίκτυο συνεργατών: Για την επιλογή του καταλληλότερου συνεργάτη, οι επιχειρήσεις μπορούν να απευθύνονται στα τμήματα πωλήσεων της εταιρίας (Αθήνα και Θεσσαλονίκη)