

ЈЗУ „АПOTEKA ШАМАЦ“
Николе Тесле бб
ШАМАЦ
Број: 9/2020

ПРОГРАМ РАДА И ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН
ЈЗУ “АПOTEKA ШАМАЦ”
ЗА 2020.ГОДИНУ



ФЕБРУАР 2020. године

ПРОГРАМ РАДА ЈЗУ „АПOTEКА ШАМАЦ“

I ПРЕДМЕТ И ЗАДАТАК ПЛАНИРАЊА

Предмет планирања су сви послови и задаци који чине основне активности у оквиру фармацеутске здравствене заштите. То су прије свега:

- Промет на мало лијекова и медицинских средстава која се издају на терет ФЗО РС у висини планираних средстава
- Израда магистралних и галенских лијекова и љековитих припремака по традиционалним рецептурама
- Промоција здравља и превенција болести која се остварује едукацијом и савјетовањем пацијената о правилним животним навикама, правилној употреби лијекова исл.
- Праћење најновијих фармакотерапијских мјера и приступа преко континуиране едукације запослених, као и пружање најновијих, тачних и објективних информација другим здравственим радницима играђанима
- Продаја производа и средстава која су у служби здравља

Наравно, морају се планирати и остали сегменти и активности као што су:

- Кадрови
- Маркетиншке активности
- Стручно усавршавање
- Набавка ситног инвентара
- План рециклаже и збрињавања фармацеутског отпада

Задатак планирања је да се прошири и побољша квалитет услуге према пацијентима, уз поштовање свих законских, професионалних, етичких и моралних начела фармацеутске струке. Циљ је да од ЈЗУ “Апотека Шамац” направи бренд који ће задржати лидерску позицију на територији Општине Шамац.

II АНАЛИЗЕ У ФУНКЦИЈИ СТРАТЕШКОГ ПЛАНИРАЊА

Како би се што боље могле планирати активности у наредном периоду, потребна је анализа која ће указати које су нам мане, слабости и пријетње а шта су нам прилике које бисмо искористили да повећамо снагу Апотеке.



СНАГА

- Људски ресурси - одлично обучен кадар
- Одлична снабдјеност Апотеке
- Опремљеност Апотеке која је на завидном нивоу
- Имплементација и развијање система ИСО стандарда
- Висок ниво ИТ технологија – директна повезаност веледрогерија и Апотеке и брз проток информација

ПЛАНОВИ

- Порадити на маркетиншким вјештинама како би се побољшале маркетиншке способности сваког запосленог
- Покренути алат „Тајни купац“
- Порадити на мотивисаности сваког запосленог
- Доградити свој имиџ који је већ на завидном степену
- Направити портфолио кључних компетенција сваког запосленог

АКЦИЈЕ

- Промотивне акције и Картица повјерења
- Рад Савјетовалишта за превенцију болести
- Увођење нових услуга према пацијентима (мјерење глукозе, одређивање витаминско-минералног статуса, мјерење крвног притиска)
- Побољшати професионалну сарадњу са љекарима

УЗРОЦИ ОТЕЖАНОГ ПОСЛОВАЊА

- Непостојање законске регулативе и непостојање дуго најављиване „мреже апотека“
- Велики број апотека у односу на број становника
- Све веће сиромаштво грађана, самим тим смањена куповна моћ узрокована великом незапосленošћу и ниским примањима
- Смањен број становника
- Некоректно понашање појединих конкурентских апотека, тј. продаја по дампинг цијенама
- Велики трошкови (енергенти, закуп)
- Много нерадних дана у години

Анализом ових узорака, иако се на њих, по правилу, не може много утицати, битно их је проучити, бити их свјестан и носити се са њима са најмањом штетом по Апотеку.



III ОБИМ ПОСЛОВАЊА

Физички обим пословања исказује се преко 2 групе услуга:

1. Комерцијална продаја
2. Рецепти фактурисани Фонду здравственог осигурања РС

Планови се постављају на реалне основе у складу са могућностима позиционирања у окружењу, уважавања финансијских могућности корисника услуга и капацитета продајног објекта.

- ЈЗУ „Апотека Шамац” није креатор промета лијекова , већ **сервис између ФЗО РС и његових осигураника**. План реализације лијекова са листе лијекова је тешко поставити на чврсте основе, јер је листа промјенљива и тешко је предвидјети у ком правцу ће се измјене одвијати.
- **План комерцијалне продаје** мора се базирати на постигнутим резултатима из претходног периода уз уважавање неискориштених ресурса, а и могућност бољег позиционирања у односу на приватне апотеке.
- Потребно је уважавати и финансијску моћ корисника услуга. Због тога је нереално планирати неко знатније повећање комерцијалне продаје уз максимално ангажовање запослених.

IV ПЛАН УНАПРЕЂЕЊА КВАЛИТЕТА РАДА

Мјесто и улога фармацеута у систему здравствене заштите у последњих неколико година се знатно промијенила. Пратећи савремене тендове, потребно је да проширујемо обим својих дјелатности и услуга, прилагођавајући се захтјевима корисника, расту и развоју фармацеутске индустрије, а у складу са добром праксом и уз пуно поштовање етичких норми.

План је да се у наредном периоду:

- **Повећа задовољство корисника пруженом услугом,**
- **Увођење нових услуга у складу са захтјевима корисника и тржишта,**
- **Висок квалитет пружања услуга**
- **Прилагођавање асортимана галенских припремака према потребама корисника,**
- **Обезбјеђење оптималног асортимана лијекова и медицинских средстава,**
- **Смањење трошкова пословања,**
- **Побољшање радних услова,**
- **Повећање финансијске добити,**
- **Заштита околине,**



- **Континуиране активности везане за промоцију здравља и превенцију болести,**
- **Едукација стручног кадра у складу са програмом лиценцирања,**
- **Активности везане за стицање нових знања и вјештина,**
- **Одржавање лидерске позиције у струци,**
- **Унапређење свих видова екстерне и интерне комуникације,**
- **Одржавање лидерске позиције у струци.**

V ПЛАН ФАРМАКОИНФОРМАТИВНЕ И МАРКЕТИНШКЕ АКТИВНОСТИ

Маркетинг представља незаобилазну пословну концепцију у савременим условима пословања.

Имајући у виду да је апотека здравствена установа чији основни приоритет представља здравље становништва, примјена маркетинга мора бити веома одмјерена и у складу са софистицираношћу производа и услуга које се пружају у апотеци, а у складу са захтјевима потрошача и корисника.

- **Редовно ажурирање странице интернет сајта, допуњавање новим, актуелним садржајима који су на располагању корисницима наших услуга**
- **Основне информације на фејсбук страници**
- **Израда флајера са едукативним садржајем за промоцију здравља и превенцију болести**
- **Координација рада Савјетовалишта**
- **Организација Базара здравља, посебно код важних датума у календару здравља Свјетске здравствене организације**
- **Активно учешће у програмима интерне едукације**
- **Координација маркетиншких акција које се спроводе у Апотеци,**
- **Уводење неколико маркетиншких алата: тајанствени купац, Картица поверења и сл.**

Маркетиншке активности базиране су на сљедећим активностима:

- 1) **Очување и унапређење здравља становништва,**
- 2) **Успјешно пословање и лидерска позиција,**
- 3) **Побољшање рејтинга фармацеутске струке у стручној и општој јавности.**

Маркетинг концепт у ЈЗУ „Апотека Шамац” потребно је базирати на сљедећем:

1. Адекватан асортиман лијекова и других производа (медицинска средства, дијететски производи, козметика, производи за његу) , чиме се задовољавају потребе грађана и постиже конкурентност на малопродајном фармацеутском тржишту Општине Шамац. Потребно је обезбиједити све неопходне, есенцијалне лијекове за грађане са акцентом на лијекове који иду на терет ФЗО РС.



2. Континуирани развој апотекарске дјеланости захтијева повезаност иновативних приступа и захтјева тржишта са традиционалним вриједностима, као што је израда магистралних и галенских препарата у лабораторији Апотеке.
3. Квалитет и цијена лијекова и других производа мора бити у складу са прописима, што се обезбјеђује њиховим праћењем, поштовањем и примјеном у пракси. Постмаркетиншко праћење представља такође битну активност фармацеута, јер омогућава детекцију нежељених дјеловања лијекова.
4. Услуге које се пружају у Апотеци треба да задовољавају критеријуме прописане законом и добром апотекарском праксом.
5. Истраживањем задовољства корисника, потребно је уочити њихове незадовољене потребе и осмислити нове услуге које се могу пружити у Апотеци.
6. Промотивне активности уско су везане за информисање појединаца и опште јавности и имају за циљ подизање здравствене свијести и културе, односно бригу за сопствено здравље и здравље околине, заштиту животне средине, као и стварање чврстих веза између Апотеке и других здравствених установа, односно друштвене заједнице у цјелини.
7. Перманентно слушавање јавности, од праћења задовољства корисника и запослених, до анализе конкурентног окружења, треба да омогући информације неопходне за даље унапређење рада и пословања.
8. У бренд ЈЗУ „Апотека Шамац” потребно је перманентно уграђивати нове вриједности које промовишу здравље, етику и повезаност здравственог система и друштва. Такође, Апотека Шамац треба да буде препознатљива по свом визуелном идентитету, што ће се омогућити уређењем спољашњег и унутрашњег простора Апотеке.
9. Унапређење сарадње са свим учесницима у ланцу промета лијекова, од произвођача и веледрогерија, до љекара и других здравствених радника и установа, инспекцијских служби, као и представника институција везаних за здравствену заштиту и фармацеутску струку, као што су Министарство здравља, Фармацеутска комора и Фармацеутско друштво Републике Српске.
10. Маркетиншке активности треба да се спроводе перманентно и систематски, што је омогућено укључивањем свих запослених кроз свакодневни рад са грађанима и пословним сарадницима.

VI ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН

Изради финансијског плана претходи анализа остварених резултата у претходној години.

План се састоји из:

- 1) **Плана издавања лијекова на рецепт на основу уговора са ФЗО РС**
- 2) **Плана промета лијекова у слободној продаји.**

- **Планови се постављају на реалне основе** у складу са могућностима позиционирања у окружењу, уважавања финансијских могућности корисника услуга и капацитета продајног објекта.



- ЈЗУ „Апотека Шамац” није креатор промета лијекова на Листи лијекова, већ **сервис између ФЗО РС и његових осигураника**. План реализације лијекова са Листе лијекова је тешко поставити на чврсте основе, јер је листа промјењљива и тешко је предвидјети у ком правцу ће се измјене одвијати.
- **План комерцијалне продаје** мора се базирати на постигнутим резултатима из претходног периода уз уважавање неискориштених ресурса, али и могућност бољег позиционирања у односу на приватне апотеке, што ће бити јако тешко због тога што није урађена „мрежа апотека” на државном нивоу.

Остваривање постављеног плана Апотека ће пратити:

- Анализирањем броја реализованих рецепата и њихове вриједности,
- Анализирањем броја реализованих фискалних исјечака,
- Анализирањем вриједности остварене продаје по робним групама,
- Анализирањем повезаности набавке, продаје и лагера,
- Праћењем упослености сваког појединца и
- Разматрањем свих информација које су у датом тренутку битне за остварење постављених планова и за подизање квалитета пружених услуга.

ПЛАНИРАНИ ПРИХОДИ

1. Приходи по основу издатах	
Лијекова на рецепт-УСЛУГА.....	19.000,00 КМ
2. Приходи по основу продаје.....	535.000,00 КМ
3. Приходи од остварених акција.....	41.000,00 КМ
УКУПНО ПРИХОДА.....	595.000,00 КМ

- Планирање прихода у 2020. години резултат је показатеља и реализованих величина у 2019. години и у прва три мјесеца 2020. године.
- Планирани приходи у 2020. години, с обзиром на отежане услове пословања (порези, доприноси, накнаде, конкуренција), оствариви су уз претпоставку задржавања нивоа ликвидности Фонда здравственог осигурања Републике Српске из 2019. године и закључене уговоре са добављачима.
- ФЗО РС директно одређује услове под којима ћемо пословати. Честе су измјене у смислу проширења листе лијекова који иду на рецепт, што се негативно одражава на комерцијалну продају и наш приход.
- Уговором је дефинисано плаћање лијекова издатах на рецепт и тај рок је у 2020. години скраћен са 90 на 60 дана. Када би то заиста било испоштовано, апотека не би имала дуговања према добављачима и не би било затезних камата и смањења рабата због кашњења. До сада ФЗО РС никада није плаћао испостављене фактуре у року који је прецизиран Уговором.



- И поред потешкоћа у раду, настојаћемо да у 2020. години уз добру сарадњу превазиђемо потешкоће које су нас до сада пратиле и да покушамо остварити што већу добит.

РАСХОДИ

Расходи пословања у 2020. години усклађени су са планираним приходима. Наравно, праћење и реализација расходних величина обавезује нас на мјесечно праћење и усклађивање прихода и расхода.

Планирани расходи:

1. Набавна вриједност издатих лијекова.....470.000,00 KM
2. Материјални и нематеријални трошкови.....122.000,00 KM

УКУПНО РАСХОДА.....592.000,00 KM

ТАБЕЛА ПЛАНИРАНИХ РАСХОДА

Бруто зараде запослених	85.000,00 KM
Књиговодствене услуге	6.510,00 KM
Трошкови одржавања чистоће	3.255,00 KM
Управни одбор - бруто накнаде	700,00 KM
Потрошња електричне енергије	3.500,00 KM
Дневнице и путни трошкови	800,00 KM
Поштарина	80,00 KM
Телефон и интернет	600,00 KM
Телефон-фискална каса	110,00 KM
Закуп пословног простора	6.000,00 KM
Амортизација основних средстава	1.500,00 KM
Санитарни преглед запослених	500,00 KM
Трошкови платног промета	3.000,00 KM
Накнада за шуме	500,00 KM
Противпожарна заштита	280,00 KM
Фабис програм за рачунаре	1.400,00 KM
Канцеларијски материјал	700,00 KM
Котизација-стручно усавршавање	400,00 KM
Осигурање радника	110,00 KM
Топли оброк	4.000,00 KM
Превоз радника	2.000,00 KM



Годишње сервисирање фискалне касе	55,00 КМ
Остали трошкови	1.000,00 КМ
УКУПНО:	122.000,00 КМ

VII ПЛАН СТРУЧНОГ УСАВРШАВАЊА

План стручног усавршавања би предвидео доста акредитованих интерних едукација (Курсеви и стручна предавања).

У склопу екстерних едукација запослених, планира се учешће на стручним састанцима, симпозијумима, курсевима, као и решавање тестова у електронској форми које организије Фармацеутска комора Републике Српске.

VIII ПЛАН УНИШТАВАЊА ФАРМАЦЕУТСКОГ ОТПАДА

Руковање фармацеутским отпадом и расходом је дефинисано Правилником о управљању медицинским отпадом. Поступаћемо по Плану управљања отпадом и свим радним упутствима везаним за ову материју.

Папирну и картонску амбалажу ћемо третирати као комунални отпад. Фармацеутски отпад ће се предавати предузећу сертификованом за уништење отпада.

IX ЗАКЉУЧАК

Циљ овог Програма рада је:

- Подизање квалитета у пружању здравствених услуга,
- Подизања нивоа знања запослених кроз стручне едукације,
- Едукација корисника фармацеутских услуга кроз разне манифестације- промоције здравља и здравих стилова живота,
- Унапређење процеса рада, како би се повећао број услуга Апотеке , а самим тим остварио и већи приход.

ДИРЕКТОР

Магистар фарм. Дубравка Пантелић

