



OKÉNKO DO APATYKY

APATYKA SERVIS, S.R.O. K PÉROVNĚ 945/7, 102 00 PRAHA 10, TEL.: +420 296 808 300, WWW.APATYKASERVIS.CZ, OBCHOD@APATYKASERVIS.CZ

JE PÁTEK 13. NEŠTASTNÝ DEN?

Třináčku a pátý den v týdnu považují lidé v Evropě a Americe za nešťastné symboly. V mnoha lepších hotelích dodnes chybí třinácté poschodí a třináct lidí u stolu si přímo říká o malér.

Vědci se dodnes přou, zda kořeny těchto pověr hledat v počátcích křesťanství, kdy Ježíš byl ukřižován právě na Velký pátek a při jeho poslední večeři seděl jako třináctý u stolu jeho zrádce Jidáš. Možná lze reálný základ těchto předsudků najít v pátku 13. října 1307, kdy se na příkaz francouzského krále Filip IV. Sličného bažícího po bohatství mocného řádu templářů začalo s krutým pronásledováním a zatýkáním všech jeho členů.



At už je důvod jakýkoliv, zůstává faktem, že i dnes mnoho z nás pátek 13. považuje za nešťastný den a u někoho dokonce obava z tohoto data hraničí s fobií. A to i přesto, že se v běžném kalendářním roce tato kombinace vyskytuje jednou nebo dvakrát.

Vyjímkou je letošní rok, kdy třináctého v pátek je nejen v tomto měsíci, ale i v březnu a listopadu. A právě na pátek 13. února 2015 připadlo jedno významné výročí z oblasti informačních technologií, které se ale ztrácí v překotném běhu moderní doby a je neprávem tak trochu opomíjeno.

Ten den před třiadvaceti lety se v tehdejší Československé republice poprvé oficiálně uskutečnil internetový přenos. Stejně jako o čtvrtstoletí dříve v Americe se i u nás první připojení realizovalo na akademické půdě, konkrétně na Českém vysokém učení technickém v Praze Dejvicích.

Časový odstup od technologicky vyspělých států nebyl zdaleka tak velký. První experimentální propojení počítačů v síti tehdy zvané ARPANET sice proběhlo v USA už v roce 1969, ale stále se jednalo jen o experimenty, teoretická pojednání a vědecké pokusy na vysokých školách. Podnětem ke vzniku sítě sítí, které se teprve mnohem později začalo říkat internet, byla vlastně studená válka. Všichni si uvědomovali zranitelnost tehdejších komunikačních prostředků založených na řídicích uzlech, jakými jsou telefonní ústředny. Řešením bylo decentralizovat řízení sítě a zajistit tak její fungování i při nenadálém výpadku některých jejích částí.

Pojem „internet“ se objevil až v roce 1987 a v síti už tehdy bylo propojeno na celém světě dvacet sedm tisíc počítačů. Ve stejném roce, kdy dorazil internet do Prahy, byl připojen také Bílý dům a na internet vstoupily rovněž americké vládní

„Není hloupých lidí, jen lidí, kteří málo používají internet!“

ajťácký folklór

instituce. A s trochou hrdosti můžeme dodat, že v roce 1992 byla též založena společnost Apatyka servis.



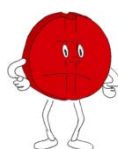
Dnes má internet přes tři miliardy uživatelů, což představuje více než 40 procent veškeré populace. V některých zemích mají občané nárok na internetové připojení přímo ze zákona.

Co má ale výročí internetu v České republice společného s lékárenstvím? Jistě se ještě dnes najdou mnozí pamětníci, kteří pamatují dobu, kdy na táře nestály počítače a lékárník si vystačil s tužkou a sešitem. Nostalgicky vzpomínají, jak bylo dobře. Ale skutečně by vyměnily tehdejší způsob práce za ten současný plný informačních technologií? A bylo by to vůbec ještě možné? Za posledních dvacet let se změnila nejen výpočetní technika ale celý svět farmacie nevyjímaje.

Mění se i návštěvník lékáren. Z pasivního odběratele přípravků na recept se stává aktivním zákazníkem zajímajícím se o to, co za své peníze dostane. Často je ovlivněn cílenou reklamou, sledováním televizních seriálů se zdravotnickou tematikou a především sdílením informací po internetu. Mimo zdravotnické zařízení si zákazník musel vystačit se zkušenostmi děděnými v rodině, případně s těmi z agentury „jedna paní povídala“. To se ale s revolucí na poli informatiky mění.

Připočteme-li k tomu neustále se zvyšující počet různých nových přípravků, ať už skutečně nově vyvinutých nebo stávajících jen v novém balení pod novým označením, těžko by dnes lékárník se sešitem a tužkou držel krok s takto informovaným pacientem. Přitom rostoucí konkurence ve farmácii vyžaduje uplatňovat příjemný zákaznický přístup ke každému, kdo do naší lékárny přijde nakoupit.

Funkce internetu jako zdroje informací není ale jediná, bez které se lékárna dnes neobejde. Mnohem více pracovníků lékáren si více než tužku a sešit pamatuje přenos dat, ať už se jednalo o číselníky nebo dávky pro pojišťovny, prostřednictvím disket a později na kompaktních discích. Kdyby nebylo internetu, jak by asi dopadlo zavedení druhé snížené sazby daně z přidané hodnoty z počátku tohoto roku, kdy si ani zákonodárce nebyl jistý a oprava stíhala opravu?



A jak by dnes lékárna bez internetu objednávala u jednotlivých velkoobchodů? Písemnou objednávkou? Telefonicky? V době, kdy čas jsou peníze, je to neefektivní. Nehledě na mnohem vyšší riziko chyby lidského činitele.

Vyročí prvního připojení k internetu v Československu stojí za připomenutí, i když připadá na pátek třináctého. ☺



Josef Hojovec

Josef Hojovec je od roku 1996 majitelem firmy Retis, partnera společnosti Apatyka servis.

Josef se narodil v malebném jihočeském městečku Pacov, kde absolvoval i základní školní docházku. Už tehdy se u něho začaly probouzet technické sklony a tak o dalším směřování nebylo pochyb. V té době se i u nás začínaly používat číslicově řízené obráběcí stroje, které ho zajímaly a o kterých se dověděl od strýce pobývajícího tehdy v „nepřátelské cizině“ ve Švédsku. A v Československu se v těch letech začaly objevovat experimentální nové studijní středoškolské obory zabývající se touto problematikou. Jeden z nich vznikl i ve velkém strojírenském podniku Kovosvit Sezimovo Ústí v nedalekém Táboře. Kdo nezažil, nepochopí úžasný pocit programátora, kdy pár napsaných instrukcí začne smysluplně pohybovat velkým strojem vyrábějícím reálné strojírenské komponenty. Úzké propojení střední školy s podnikem skýtalo velký prostor a možnosti zdokonalovat se v této činnosti.



Po střední škole pokračoval Josef na ČVUT a po úspěšném studiu oboru „Přístrojová regulační a automatizační technika“ se vrátil do mateřské firmy Kovosvit. Největším přínosem studií bylo poznání, že není až tak úplně klíčový výběr přesně specifikovaného oboru, který chci studovat, ale spíše to, jak se naučím vyrovnat se se zadanými samostatnými školními úkoly, projekty, jak se orientovat a kde dohledávat správné informace, jak komunikovat s kolektivem lidí, jak se vůbec uplatnit na trhu práce a podobně.

V bouřlivé době rozvoje a masivního nasazení osobních počítačů přešel jako programátor z oddělení vývoje do oddělení automatizovaných systémů řízení. Po roce 1989 začal pracovat v soukromé firmě Retis Tábor s.r.o., kterou založili zkušenější kolegové. Původně se společnost zabývala programováním prodejních skladů typu cash&carry, později přibýly programy pro lékaře a menší kliniky, jejichž servis včetně drobného vývoje zůstává částečnou náplní firmy i dnes. V roce 1996 po odchodu původních zakladatelů Josef společnost Retis převzal. Tehdy vznikl první lékárenský systém na bázi Unixu, později Linuxu, který s odstupem času implementovali v desítkách lékáren na jihu Čech.

Počet zákazníků z řad lékáren nedával záruku dalšího úspěšného rozvoje a především náročného převodu systému do prostředí Windows. Proto se společnost v roce 2002 rozhodla spolupracovat s některou renomovanou firmou v této oblasti a oslovila dvě tehdy konkurenční firmy: Farmis a Apatyku servis. Společnost



„Pokud děláš něco dostatečně dlouho a děláš to dobře, určitě to přinese výsledky a to i finanční!“

Josef Hojovec

Retis nabídla dobrou a léty prověřenou zkušenost s informatikou v lékárenském prostředí a Apatyka servis na oplátku přístup k moderním technologiím a zázemí velké firmy. Společnosti se brzo dohodly na formě oboustranně výhodné spolupráce, která trvá do dnešních dnů.



Společnost Retis dnes zajišťuje servis systému Mediox pro cca 80 lékáren na velice vysoké úrovni.

Obliba technických oborů se promítla i do Josefových koníčků. Jako kompenzaci virtuální reality software se věnoval motorům a motokrosový speciál má v jeho garáži dodnes své stálé místo.

Už od dob vysokoškolského studia se věnuje cyklistice, ať horské či silniční, a na tento sport nedá dopustit jako na nejlepší lék k vyčistění hlavy i utužení dobrých vztahů s přáteli. Ke svým největším úspěchům počítá to, že pro cyklistiku nadchl i syna a manželku. A dosud nesplněným snem zůstává vyšlápnout si svým tempem některý z kopců slavné Tour de France. V zimě vymění kolo za lyže a silnice za zasněžené úbočí Alp či sjezdovky na slunných svazích italských Dolomit.

K dalším koníčkům Josefa patří cestování ať už kombinované s cyklistikou nebo poznávací po celé Evropě. Projedil či prochodil kromě Británie a Irsku i ostrovy Orkneje či Shetlandy, Madeiru a Krétu, Kanárské ostrovy a další. A poslední provozovaný sport, na který už opravdu nezbyvá čas, je golf. Snad někdy bude čas se k němu více aktivně vrátit.

Josef má to štěstí, že jeho hobby alespoň částečně sdílí také jeho manželka Martina, se kterou se znají od studií. Dcera i syn jsou dnes na vysokých školách a tak Josef s Martinou tráví vzácné chvíle volného času spolu.



„Dvanáct let fungující a korektní spolupráce ve všech směrech se společností Apatyka servis mě přesvědčuje o tom, že v roce 2003 jsem udělal správné rozhodnutí.“

INTERNET VĚCÍ

Na lednovém fóru ve švýcarském Davosu se kromě ekonomie věnovali jeho účastníci i myšlenkám, které ve značné míře ovlivňují budoucí vývoj společnosti. Jedním ze stěžejních témat byla i otázka týkající se internetu a nejrůznějších forem elektronických komunikací. Šéf představenstva společnosti Google Eric Schmidt v panelové diskusi s přílehlavým názvem „Budoucnost digitální ekonomie“ prohlásil, že se blíží konec internetu. Myslel tím, že internet bude tak rozšířen kolem nás, že jeho existenci vlastně nebudeme ani vnímat.



Eric Schmidt, předseda představenstva Google

„Budeme mít tolik IP adres, tolik zařízení, senzorů, věcí, které nosíte na sobě, věcí, s nimiž budeme interagovat, že už si to ani nebudete uvědomovat. Budu prostě celou dobu součástí vaší přítomnosti,“ vysvětluje Schmidt. *„Vznikne velmi personalizovaný, vysoce interaktivní a velmi, velmi zajímavý svět.“*

Na setkání padala silná slova jako internet bez hranic, rozpuštěný internet, zmizení internetu a podobně. Zatímco první pojem je už alespoň částečně realitou a internet skutečně nerespektuje politické hranice států, ostatní výrazy jsou spíše vizionářské a nepochybně ještě nějakou dobu potrvá, než se naplní.

Ale dlouho ne. Jules Verne žil a tvořil před sto padesáti lety a technické vynálezy z jeho románů, které Verneovi současníci považovali za utopii, jsou dnes běžně používané. A vývoj techniky a její uplatnění v praktickém životě se neustále zrychluje. Co dříve trvalo roky, je dnes realizováno za pár měsíců.

Internet přitom není už žádné malé batole, jehož budoucnost a další životní i profesní orientace je ve hvězdách. Jak je uvedeno na první straně tohoto čísla *Okénka do Apatyky*, i v České republice existuje internet už třidvacet let. Dost dlouho na to, abychom ho považovali za běžnou věc, za součást svého života.

Mizení internetu a jeho začleňování do našich každodenních činností se často označuje jako děláni chytrých věcí z hloupých. O rozmachu chytrých telefonů využívajících komunikaci po internetu píšeme na další stránce *Okénka do Apatyky*, ale existují i chytré televize, chytré ledničky, chytrá auta...

Právě u televizních přijímačů mělo připojení k internetu poměrně veliký úspěch, a tak stále více firem snaží ukázat, že i další domácí zařízení mohou být doplněna o množství automatických funkcí a pospojována do jednoho funkčního celku ovládaného právě přes internet.



Kromě už zmíněné ledničky, která upozorní na chybějící potraviny a případně je i objedná, jsou dnes už běžně dostupné i chytré osobní lékařské přístroje (třeba skryté v hodinkách), které vám například průběžně měří puls a podobně.

Nastává éra Internetu věcí (IoT), éra bezpočtu vzájemně propojených jak věcí osobní potřeby, tak věcí v profesionální sféře, například ve zdravotnictví, v průmyslu včetně automobilového, energetice, obchodu a dalších oborech.

Dle firem zabývajících se průzkumem trhu a nových trendů má být počet zařízení na trhu, která budou zapojeny do sítě IoT, v roce 2020 roven 26 až 30 miliardám, čili na každého člověka planety by měla připadat čtyři taková zařízení. Je to utopie? Proč?

Porovnáním technické vybavenosti domácnosti i jedince za poslední dobu zjistíte, že je to odhad velice střízlivý!

ŠKOLA ZÁKLAD ŽIVOTA

Společnost Apatyka servis je předním dodavatelem informačních technologií do lékáren. Lékárenský systém naší proveniencí používá každá třetí lékárna v České republice a například naše zastoupení v nemocničních lékárnách je ještě vyšší. Kromě vlastního programu skladové evidence dodáváme do lékáren řadu nadstaveb, bez kterých si nelze dnes moderně řízenou lékárnu ani představit.

Jako dlouhodobí partneři lékáren jsme si významu kvalitní přípravy budoucích farmaceutů plně vědomi a jsme nápomocni v zajištění skutečně reálných podmínek pro jejich studium.

Už od roku 1993 spolupracujeme s Farmaceutickou fakultou Veterinární a farmaceutické univerzity Brno. V počátcích se jednalo pouze o doplnění výkladu, kdy vyučující předváděl různé funkce lékárenského systému a studenti pasivně sledovali. V dalších letech se rozšířil počet stanic s nainstalovaným systémem a studenti měli možnost vyzkoušet si jednotlivé operace podle předem připraveného návodu. Pro získání zápočtu bylo nutné zvládnout úkol samostatně.

Výuka lékárenského systému Mediox je zařazena v povinném předmětu LÉKÁRENSTVÍ v zimním semestru třetího ročníku. Výuku absolvuje ročně zhruba 140 studentů, kteří jsou na semináře rozděleni do menších skupin. Garantem výuky je RNDr. Božena Macešková, CSc. a PharmDr. Lenka Smejkalová, Ph.D.

Kromě toho je Mediox používán rovněž ve Fakultní lékárně VFU, kde každý student v pátém ročníku studia absolvuje povinnou stáž a v praxi si tak vyzkouší provádění běžných činností farmaceuta podporovaných systémem Mediox (příjem, výdej, příprava, administrativa).

Pracovníci společnosti Apatyka servis se podíleli i na vypracování učebního textu Provoz lékáren II (Hospodářská a odborná informatika).



CHYTRÝ JAK MOBIL

Naši předkové používali řadu hezkých přirovnání vyjadřujících jak je kdo moudrý. S podivem, že v češtině existuje více přirovnání pro hlupáky než pro chytráky. Namátkou: „blbý jak troky, blbý jak houpací kůň, blbej jak tágo ...“. Ono i opačné označení „chytřej jako rádio“ bylo spíše vnímáno pejorativně a urážlivě než obdivně. ☺



Časy se ale mění. Dnes běžně uslyšíte „je chytrý jak google“ a nemusíte se ani pohybovat uprostřed počítačové komunity užívající specifický slang. V poslední době se stává oblíbeným i rčení „chytrý jak mobil“. Je to nadávka, nebo forma uznání?

Vývoj chytrých telefonů, pro které často z angličtiny přejímáme označení smartphone, prochází bouřlivým rozvojem. A stejně překotně se vyvíjí i objem prodeje těchto přístrojů. Podle internetové encyklopedie Wikipedie už na počátku roku 2013 překročily světové prodeje smartphonů poprvé prodej klasických mobilních telefonů. Chytré telefony v současnosti ve vyspělých zemích na trhu s mobily dominují, zatímco tak zvané „hloupé“ telefony se stále těší určité popularitě především v rozvojových zemích.

Renomovaná výzkumná agentura GfK provedla v minulých dvou letech srovnání prodeje v České a Slovenské republice. Závěr studie, že prodej chytrých telefonů nadále roste, nikoho nepřekvapil. Mnohem zajímavější je meziroční nárůst, který byl v České republice 30 % a na Slovensku se poptávka zvedla téměř o polovinu. Zvýšenému zájmu nepochybně pomohl pokles průměrné ceny smartphonů, který v obou zemích přesáhl 10 %.

Zálibu v chytrých telefonech podporuje nejen nižší cena a tudíž lepší dostupnost, ale především nárůst jejich možností, ať už se jedná o rozšiřování funkcí a programů, které dnešní moderní telefony nabízejí, nebo o širší nabídku vlastních přístrojů. Do vývoje a výroby chytrých telefonů se vedle světově proslulých tradičních výrobců pustila řada různých východoasijských firem zaměřených na lacinou produkci i za cenu nižší kvality.

Současně klesají i ceny klasických mobilních telefonů, to je hlavním důvodem růstu prodeje v Česku v loňském roce, i když za první tři čtvrtletí jen o zanedbatelné jedno procento. Z celkové poptávky po mobilních telefonech v tomto období pokryly smartphony šedesát procent, na celkových tržbách se ale podílely devadesátí. Zákazníci si mohli koupit klasický mobilní telefon průměrně za tisíc korun, za smartphone zaplatili 5 900,- Kč. Téměř šestkrát více, ale o osm set méně než před rokem. Vzpomínáte, za kolik jste si poříдили svůj první



Pozdrav dědu!

mobilní telefon? A co všechno uměl? Telefonovat a možná spravovat kontakty. S funkcemi a dalšími možnostmi současných telefonů se tyto dědečkové nedají srovnávat.

Většina chytrých telefonů v České republice má display od 4“ do 4,99“ (uhlopříčka cca od 10 do 12,5 cm), ale neustále roste zájem o větší obrazovky. To souvisí nejen s technickým pokrokem a možnostmi nových technologií, ale rovněž s přibývajícím počtem rozmanitých aplikací, které jsou na větším displeji lépe ovladatelné. Trend neustálého zmenšování všech rozměrů telefonu je zřejmě u konce.

Úplně první mobilní telefony, které se v České republice používaly před dvaceti lety, byly co do velikosti srovnatelné s dámskou kabelkou. Díky technologickému pokroku jsou dnešní přístroje mnohem menší a další miniaturizaci brání jen nedokonalost našeho těla. Lidské oko nedokáže číst menší znaky a lidský prst nedokáže ovládat menší klávesy.

Praxe sama ustálí rozměry mobilních telefonů na přijatelné úrovni, aby i nadále zůstaly lehce přenosnými zařízeními a přitom neztratily nic na své funkčnosti. Postupně se stanou nepostradatelnými průvodci našeho každodenního života.

Patrně namítnete, že nošení malého počítače, čímž chytrý telefon nepochybně je, nás omezuje a svazuje a nejlepší obrana je ignorovat ho. Ale před sto lety se běžně nenosily hodinky ani žádná jiná časomíra. Dokážete si dnes představit někoho, kdo ignoruje čas?



NEJLEPŠÍ PRACOVNÍCI MĚSÍCE

Nejlepším systémovým poradcem měsíce ledna 2015 se stal

Michael Loučka.

Gratulujeme!

J.A. Komenský měl pravdu

Učitel národů ve svém díle Didactica magna prosazoval tehdy převratnou myšlenku: „Když je to možné, necht' vše je vnímáno všemi smysly, věci viditelné očima, věci slyšitelné ušima, věci čichatelné nosem, věci chutnatelné jazykem. Když je to možné, necht' vše je vnímáno všemi smysly společně. Necht' se tak děje... Nic není v rozumu, co nebylo ve smyslech“.

Komenského dílo bylo sice příručkou jak vychovávat a učit žáky v dětském věku, ale v sedmáctém století ještě nikdo nepřemýšlel o celoživotním vzdělávání a nutnosti vstřebávat stále nové informace. Jedinec obvykle vystačil celý život s tím, co se naučil v dětství. Bylo podstatně méně informací, byly dané a neměnné a pro naprostou většinu životních situací existoval víceméně přesný vzorec chování. Člověk měl mnohem méně příležitostí sam se rozhodovat, volit z několika možností, o kterých by si předem zjišťoval informace.

Moderní doba nás ale informacemi přímo zahlcuje. A také se dnes a denně po nás chce, abychom se rozhodovali. Co si ráno obléci, co si vybrat k snídani a co k obědu, na který televizní program se večer dívat ... Tyto starosti lidé v době třicetileté války určitě neměli.

Dnešní člověk potřebuje k rozhodování dobře poznat nabízené možnosti. A jsme zpátky u myšlenek Komenského. Když nabízíte zákazníkovi přípravky své lékárny a případně další služby, jakou formou svoji nabídku podáváte? Vytisknete a distribuujete leták nebo plakát, kde si zájemce přečte potřebné údaje? Případně doplníte obrázkem, ať oživíte suchý text? Ale není to málo?

Samozřejmě ne všechno se dá očichat a ochutnat. Ale například možnost využít hmatu a přípravek si osahat. Byť se jedná jen o pouhou krabičku, je jedním z důvodů, proč je efektivnější prodej v samoobsluze než prodej pultový.

POMŮCKY: A-Z, HŮLAVA, SKA	VRAŽEDNÁ ZUŘIVOST	TOLIKO	ZHOTOVENÍ ODLITKU	SLOVENSKY „STÍNY“	VOJENSKÝ ODDÍL	ŘÍMSKÁ DEVÍTKA	ROZSAH ANGLICKÉ ABECEDY		PRUDKÝ NÁRAZOVÝ VÍTR	PODZIMNÍ KVĚTINY	MNOŽSTVÍ USAZENÉ- HO PRACHU A POPLÍLKU	RUSKÝ ZAPOR	INICIÁLY HERCE ŠIMÁNKA	NEDAT SE CHYTIT	MUČITI
NEZBED- NOSTI								PŘESTÁVAT HOŘET							
1. DÍL TAJENKY								2. DÍL TAJENKY AFRICKÁ ŠELMA							
START LETADLA						DYCHTIVĚ ZPOLYKAT SEŠITOVÝ ROMÁN							EVROPAN KAMENNÝ MASIV		
ČESKÝ BÁSNÍK							ANGL. DÉL- KOVÁ MÍRA DOMÁCKY SELENA					JAMAJSKÝ LID. STYL HUDBY ASIAI			
	POKORNÁ ŽÁDOST	ZNAČKA TELURU 3. DÍL TAJENKY			SETBY HLT (ZASTAR.)						ZPŮS. BARV. TKANIN OCHRANA VOJÁKA				
PÍSMENO ŘECKÉ ABECEDY				JMÉNO HADRBOL- COVÉ POHOVKA						VĚDĚTI TVŮRCE TELEGRAF. ABECEDY					
ZNAČKA RYDBERGU			SKUPINA DVOU NOT ŠKODLIVÍ MOTÝLCI					ČESKÝ HEREC SLOVENSKÝ BUDITEL						ZOLŮV ROMÁN	VŮNĚ
OSMÁ ČÁST CELKU (ZDRŮB.)							NERVOVÝ OTŘES BYV. SPZ SOKOLOVA					SOUHLAS ZÁKLADNÍ ČÍSLOVKA			
STOKO- RUNA						HORNÍ STĚNA KRAJČOVY INICIÁLY							INICIÁLY DELONA INIC. ZPĚV. VAŇKOVÉ		
JMÉNO SKLADA- TELE BARTÓKA					4. DÍL TAJENKY										
DUSÍKATÁ SLOUČE- NINA					ZNAČKA LYŽAŘSKÉ- HO VOSKU						FORMA				

Tajenku křížovky zašlete na Okenko@apatkykaservis.cz a uveďte své jméno a adresu lékárny nebo její Id u společnosti Phoenix LV. Prvních dvacet autorů správných odpovědí získá od společnosti Apatyka servis dárek.

Tajenka křížovky z minulého *Okenka do Apatky*: „APATKYKA SERVIS VÍ CO BUDE“.

Všem úspěšným řešitelům gratulujeme!

PARTNERSTVÍ NENÍ PRÁZDNÉ SLOVO

Zvykli jsme si o partnerství mluvit obvykle ve významu vztahu mezi dvěma lidmi, na kterém se obě strany podílí. Před dvaceti lety bylo partnerství také často zmiňováno v politickém kontextu, když vznikal program Partnerství pro mír, zaměřený na spolupráci NATO a armád států, které nejsou jejími členy.

Ale termínem partnerství se označuje i vztah pojící dvě spolu obchodující nebo spolupracující strany, například firmy nebo podnikatele. Je u těchto společností rozdíl mezi obchodním a partnerským vztahem? V době rostoucí reklamní nadsázky a stupňující se bitvy o každé slovíčko v marketingové komunikaci se oba pojmy často a záměrně zaměňují. Obchod znamená směnu a oboustranně výhodný obchod pak směnu, se kterou jsou oba účastníci spokojeni a na které oba vydělali.

Obchodní partneři kromě realizace oboustranně výhodného obchodu, který je samozřejmostí, si i navzájem pomáhají vytvořit pro takový obchod podmínky. Dnes se nahrazuje téměř každý obchodní vztah pojmem partner. Snad v zájmu toho, aby se smluvní strany viděly vzájemně v lepším světle. Partnerský vztah je přitom na úrovni kvalitativně vyšší než vztah obchodní.

Partnerství musíme umět prokazovat

konkrétními skutky a nikoliv ho jen uvádět ve všech svých propagačních materiálech.

Rozlišování těchto pojmů nejen slovy, ale především činy nemá význam jen pro velké korporace s velkými odděleními pro komunikaci s veřejností. V tomto případě na velikosti nezáleží. I malá lékárna s jedním výdejním místem by měla v pacientovi vidět především svého obchodního partnera, který potřebuje pomoci a kterému lékárna pomoci může.



Mnozí z nás ještě pamatují v reklamě pana Vajíčko, kdy se razilo heslo: „Náš zákazník, náš pán“. Trochu paradoxní v době, kdy jsme pány neuznávali. ☺

Zákazník nemůže být náš pán stejně jako my se k němu nemůžeme chovat nadřazeně. V konkurenčním prostředí není velkým problémem obrátit se na někoho, kdo se k nám chová jako náš rovnocenný partner.

Zkuste se někdy vcítit do role zákazníka své lékárny. Odcházeli byste spokojeni? Co nabízíte, aby zákazník u Vás rád nakupoval a případně se i vracel? To něco navíc nemusí být vždy finančně nákladné a v podstatě to nemusí být vůbec o penězích. Může to být jen dobrá rada či doporučení, může to být přizpůsobení otvírací doby, zavedení objednávkového systému, aby zákazníci nemuseli čekat ... Možností je

neomezeně a stačí si jen vybrat. Typickým příkladem realizace oboustranně výhodného partnerského vztahu v lékárně mohou být klientské karty. Lékárně zajišťují věrnost zákazníka a jejich uživatelům výhody, které lékárna s kartami spojuje.

Recepty na udržení a péči o partnerský vztah jsou různé a mohou se lišit. Každopádně obecným pravidlem pro fungující partnerský vztah je dobrá oboustranná komunikace mezi partnery.

I společnost Apatyka servis buduje s uživateli svých lékárenských systémů dlouhodobé partnerské vztahy. Komunikujeme se stávajícími i potenciálními uživateli našich programů a společně hledáme náměty, ve kterých můžeme navzájem využít znalostí a bohatých praktických zkušeností svého partnera. Každý z nás je přece odborníkem na něco jiného!

Snažíme se proto dodávat komplexní služby z oblasti informačních technologií po celou dobu životnosti lékárenského systému. Na začátku zajistíme výhodné financování a efektivní implementaci systému spolu s úvodním zaškolením všech pracovníků. Po celou dobu provozu poskytujeme kvalitní a rychle dostupný servis a na konci zajišťujeme ekologickou likvidaci nepotřebného hardwaru.

Být partnerem pro nás opravdu není prázdňým pojmem!



Nekupujte, co nemusíte! Systém si jednoduše půjčte!

*Společnost Apatyka servis Vám zapůjčí celý lékárenský systém
na jakkoliv dlouhou dobu.*

*Lékárna hradí měsíčně smluvně stanovené půjčovné a půjčený
systém může kdykoliv bez jakýchkoliv sankcí vrátit!*

K Pérovně 945/7, 102 00 Praha 10, tel.: +420 296 808 300

www.apatykaservis.cz , obchod@apatykaservis.cz

Servisní centra: Plzeň, Brno, Ostrava, Vysoké Mýto, Tábor, Turnov