

**VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR**

**DIPLOMSKO DELO**

**ANALIZA PRODAJE IN IZDAJE MEDICINSKO TEHNIČNIH  
PRIPOMOČKOV OD LETA 2002 DO LETA 2006 V PODJETJU  
DIAFIT D.O.O.**

Kandidatka: Helena Čuček

Številka indeksa: 11190122238

Program: Komercialist

Mentor: mag. Mirjana Ivanuša-Bezjak

**Maribor, oktober 2008**

## **IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA**

Podpisana Helena Čuček, št. indeksa 11190122238, sem avtorica diplomske naloge z naslovom ANALIZA PRODAJE IN IZDAJE MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV OD LETA 2002 DO LETA 2006 V PODJETJU DIAFIT D.O.O., ki sem jo napisala pod mentorstvom mag. Mirjane Ivanuša-Bezjak.

S svojim podpisom zagotavljam, da je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela. Poskrbela sem, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia. Zavedam se, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah, UL št. 16/2007, (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSS Academia skladno z njenimi pravili. Skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSS Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Maribor,

Podpis študenta:

## **ZAHVALA**

Na začetku diplomske naloge bi se rada zahvalila prav vsem, ki so mi na kakršen koli način pomagali v času mojega študija in pri pisanju diplomske naloge.

Posebna zahvala gre moji mentorici v podjetju, ge. Lidiji Jurič, ki mi je pomagala pri iskanju podatkov v arhivu podjetja, mi ustrezno svetovala in me usmerjala. Zahvalila bi se tudi sodelavkam, ki so mi s svojim znanjem, pridobljenim s prakso, na različne načine pomagale.

Najlepša hvala mentorici, mag. Mirjani Ivanuša-Bezjak, ki me je pri pisanju diplomske naloge usmerjala in mi svetovala, da je naloga dobila končno obliko – takšno, kot sedaj je.

Hvala tudi lektorici Barbari Zajšek za njen trud.

## **POVZETEK**

Zaradi vse večje konkurence na trgu, ki se pojavlja predvsem zaradi velikega števila istovrstnih izdelkov, si podjetje zagotovi dober položaj s kvalitetnimi in dobrimi izdelki.

Na področju prodaje in izdaje medicinsko tehničnih pripomočkov pa igrajo veliko vlogo tudi zaposleni. V mislih imam strokovnost in pristop zaposlenih do ljudi, ki medicinsko tehnični pripomoček potrebujejo.

V diplomski nalogi sem prikazala rast prodaje in izdaje medicinsko tehničnih pripomočkov v eni od poslovalnic podjetja Diafit d.o.o. kljub vse večji konkurenci.

Poudarila bi, da poslovalnico, katere promet sem analizirala, obkrožajo štiri konkurenčne poslovalnice z zelo podobno, skoraj identično ponudbo.

## **ABSTRACT**

Because of the large competition on the market, occurs a large number of the same products, can company assures good position with quality and good products.

Employees also have large submission on the field of sale in issuing of medical and technical accessories. I keep in mind the professionalism of employees and the exact approach of employees for the people in need of medical products.

In this diploma I have showed the growth in issuing of medical and technical accessories in one of the branches of the company Diafit d.o.o. inspite the large competition.

I must emphasise that the branch of which I have analized, is circled with four competitive branches with very similiary, almost identical offer.

# KAZALO VSEBINE

|                                                                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>KAZALO VSEBINE .....</b>                                                                                  | <b>6</b>  |
| <b>KAZALO SLIK .....</b>                                                                                     | <b>8</b>  |
| <b>KAZALO GRAFOV .....</b>                                                                                   | <b>9</b>  |
| <b>KAZALO TABEL .....</b>                                                                                    | <b>9</b>  |
| <b>1 UVOD.....</b>                                                                                           | <b>10</b> |
| 1.1 NASLOV DIPLOMSKEGA DELA .....                                                                            | 10        |
| 1.2 ORGANIZACIJA: DIAFIT D.O.O., SPODNJI SLEMEN 6, 2352 SELNICA OB DRAVI.....                                | 10        |
| 1.3 OPREDELITEV OBRAVNAVANE ZADEVE .....                                                                     | 10        |
| 1.4 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE DIPLOMSKEGA DELA .....                                                   | 10        |
| 1.5 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE .....                                                                           | 10        |
| 1.6 PREDVIDENE METODE RAZISKOVANJA: .....                                                                    | 10        |
| <b>2 PREDSTAVITEV PODJETJA DIAFIT D.O.O.....</b>                                                             | <b>12</b> |
| 2.1 POSLANSTVO, VIZIJA IN CILJI PODJETJA .....                                                               | 13        |
| 2.2 ZAPOSLENI V PODJETJU .....                                                                               | 14        |
| 2.3 IZOBRAŽEVANJE ZAPOSLENIH .....                                                                           | 15        |
| <b>3 MEDICINSKO TEHNIČNI PRIPOMOČKI.....</b>                                                                 | <b>17</b> |
| 3.1 KAJ SO MEDICINSKO TEHNIČNI PRIPOMOČKI.....                                                               | 17        |
| 3.2 POGOJI ZA IZDAJANJE MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV .....                                               | 18        |
| 3.3 PRAVICA DO MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV .....                                                        | 19        |
| <b>4 PRODAJA IN IZDAJA MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV V MALOPRODAJI<br/>PODJETJA DIAFIT D.O.O. ....</b>    | <b>23</b> |
| 4.1 SVETOVANJE OSEBJA PRI IZDAJI OZ. PRODAJI MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV .....                          | 24        |
| 4.2 SODELOVANJE PODJETJA Z ZDRAVSTVENIMI USTANOVAMI IN ZDRAVSTVENIM OSEBJEM .....                            | 26        |
| <b>5 PONUDBA – ASORTIMAN PODJETJA DIAFIT D.O.O.....</b>                                                      | <b>28</b> |
| 5.1 MEDICINSKI PRIPOMOČKI, KI SE IZDAJAJO NA NAROČILNICO ZA MEDICINSKO TEHNIČNI PRIPOMOČEK.....              | 30        |
| <b>6 ANALIZA PRODAJE MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV PO MESECIH ZA<br/>OBDOBJE 2002–2006.....</b>           | <b>32</b> |
| 6.1 ANALIZA PRODAJE MERILNIKOV KRVNEGA TLAKA.....                                                            | 32        |
| 6.2 ANALIZA PRODAJE MERILNIKOV SLADKORJA V KRVI IN DIAGNOSTIČNIH TRAKOV ZA MERJENJE<br>SLADKORJA V KRVI..... | 35        |

|          |                                                                       |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 6.3      | ANALIZA PRODAJE KOMPRESIJSKIH IN PREVENTIVNIH NOGAVIC ZA OŽILJE ..... | 38        |
| 6.4      | ANALIZA PRODAJE PLENIC IN HLAČNIH PREDLOG ZA INKONTINENCO .....       | 42        |
| 6.5      | ANALIZA PRODAJE ORTOZ IN PRIPOMOČKOV ZA HOJO .....                    | 45        |
| 6.6      | ANALIZA PRODAJE LASULJ IN PRSNIH PROTEZ .....                         | 48        |
| <b>7</b> | <b>ZAKLJUČEK.....</b>                                                 | <b>52</b> |
| <b>8</b> | <b>UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI.....</b>                            | <b>55</b> |

## KAZALO SLIK

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1: Naročilnica za medicinsko tehnični pripomoček .....   | 21 |
| Slika 2: Merilnik krvnega tlaka .....                          | 32 |
| Slika 3: Merilnik sladkorja v krvi.....                        | 36 |
| Slika 4: Medicinska kompresijska dokolenka .....               | 39 |
| Slika 5: Vložek za inkontinenco .....                          | 43 |
| Slika 6: Ortoze .....                                          | 45 |
| Slika 7: Pripomočki za hojo – levo bergla, desno hodulja ..... | 46 |
| Slika 8: Prsna proteza .....                                   | 48 |
| Slika 9: Lasulje .....                                         | 49 |



## KAZALO GRAFOV

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Graf 1: Prodaja merilnikov tlaka od leta 2002 do leta 2006.....                                     | 34 |
| Graf 2: Prodaja merilnikov sladkorja v krvi in diagnostičnih trakov od leta 2002 do leta 2006 ..... | 37 |
| Graf 3: Prodaja kompresijskih in preventivnih nogavic za ožilje od leta 2002 do leta 2006...        | 40 |
| Graf 4: Prodaja plenice in hlačnih predlog od leta 2002 do leta 2006 .....                          | 44 |
| Graf 5: Prodaja ortoz in pripomočkov za hojo od leta 2002 do leta 2006.....                         | 47 |
| Graf 6: Prodaja lasulj in protez od leta 2002 do leta 2006 .....                                    | 50 |

## KAZALO TABEL

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1: Del šifranta MTP .....                                                                      | 19 |
| Tabela 2: Prodaja merilnikov tlaka od leta 2002 do leta 2006 .....                                    | 34 |
| Tabela 3: Prodaja merilnikov sladkorja v krvi in diagnostičnih trakov od leta 2002 do leta 2006 ..... | 36 |
| Tabela 4: Prodaja kompresijskih in preventivnih nogavic za ožilje od leta 2002 do leta 2006           | 40 |
| Tabela 5: Prodaja plenice in hlačnih predlog od leta 2002 do leta 2006.....                           | 43 |
| Tabela 6: Prodaja ortoz in pripomočkov za hojo od leta 2002 do leta 2006 .....                        | 46 |
| Tabela 7: Prodaja lasulj in prsnih protez od leta 2002 do leta 2006.....                              | 50 |

# 1 UVOD

## ***1.1 Naslov diplomskega dela***

ANALIZA PRODAJE IN IZDAJE MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV OD LETA 2002–2006 V PODJETJU DIAFIT d.o.o.

## ***1.2 Organizacija: DIAFIT d.o.o., Spodnji Slemen 6, 2352 Selnica ob Dravi***

## ***1.3 Opredelitev obravnavane zadeve***

Prikazala sem analizo prodaje in izdaje medicinsko tehničnih pripomočkov za obdobje petih let, in sicer od leta 2002 do leta 2006. Analiza obsega prodajo in izdajo šestih skupin izdelkov iz prodajnega asortimana v eni trgovini z medicinsko tehničnimi pripomočki.

## ***1.4 Namen, cilji in osnovne trditve diplomskega dela***

- *Namen:* v prvi vrsti je moj namen prikazati, kako zaposleni v prodaji vplivajo na rast prodaje ter kako pomembno je, da organizacija sodeluje z zdravstvenimi ustanovami in zdravstvenim osebjem.

- *Cilji:* prikazati, kako lahko v neki organizaciji prodaja raste kljub vedno večji konkurenci na trgu.

- *Osnovne trditve diplomskega dela:* trdim, da smo zaposleni v podjetju Diafit d.o.o. strokovno usposobljeni in, kar je najpomembnejše pri našem delu, pripravljeni pomagati strankam in jim ustrezno svetovati.

## ***1.5 Predpostavke in omejitve***

Omejila sem se le na količino šestih skupin artiklov iz prodajnega asortimana prodanih in izdanih medicinsko tehničnih pripomočkov. Ne govorim o zneskih in cenah posameznih pripomočkov, ker je to poslovna skrivnost podjetja.

## ***1.6 Predvidene metode raziskovanja:***

Iz virov podjetja sem črpala podatke o količini prodanih izdelkov po mesecih za obdobje petih let – od leta 2002 do leta 2006. Pridobljene podatke sem statistično in vsebinsko analizirala.

Posebno pozornost sem posvetila sezonskemu povečanju prodaje in izdaje medicinsko tehničnih pripomočkov in poiskala vzroke za to povečanje. Omejila sem se na skupino šestih izdelkov iz prodajnega asortimana.

## **2 PREDSTAVITEV PODJETJA DIAFIT D.O.O.**

Podjetje Diafit je bilo ustanovljeno leta 1990. Sedež podjetja je blizu Maribora – v naselju Spodnji Slemen ob glavni cesti proti Koroški.

Dejavnosti podjetja so: trgovina na debelo z medicinskimi pripomočki, trgovina na drobno z medicinskimi pripomočki, specialistična izvenbolnišnična zdravstvena dejavnost in druge dejavnosti za nego telesa.

Karakteristike podjetja Diafit d.o.o. v pregledu:

Opravljamo dejavnost trženja medicinsko tehničnih pripomočkov na debelo in drobno; imamo lastne specializirane trgovine z medicinsko tehničnimi pripomočki; medicinski pripomočki so certificirani in klinično testirani; kakovostna raven medicinskih pripomočkov in strokovna prodaja s svetovanjem sta na visokem nivoju; podjetje, trgovine in medicinski pripomočki so priglašeni pri Agenciji RS za zdravila; smo pogodbeni partner ZZZS; sodelovanje z zdravniki in strokovnjaki iz medicinskega področja, zdravstvenimi ustanovami in strokovnimi združenji iz zdravstvenega področja; specializirana dermatološka in flebološka ambulanta v Ljubljani; trgovina (na debelo) izdelkov blagovnih znamk Sigvaris, Omron, Silipos, Medima ter Waterpik in LivingLab – za katera je Diafit d.o.o. prejel ekskluzivno zastopstvo; trženje proizvodov tudi izven Slovenije (države bivše Jugoslavije): Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Srbija, Črna Gora in Makedonija.

## **2.1 Poslanstvo, vizija in cilji podjetja**

Vsako podjetje mora razviti svoje **poslanstvo** glede na gospodarsko panogo, v kateri deluje, izdelke in njihovo uporabo, tržne segmente in geografska območja, na katerih prodaja (Potočnik, 2002, 43).

Poslanstvo daje zaposlenim izhodišče glede namena in smeri poslovanja podjetja v prihodnosti. S poslanstvom želimo definirati temeljni namen organizacije, opredelimo njen obstoj in filozofijo.

V podjetju Diafit sledimo temeljnemu poslanstvu, ki je **ozaveščati, svetovati in pomagati ljudem pri skrbi za zdravje**. Pomagamo obvladovati pomanjkljivosti življenjskega stila enaindvajsetega stoletja. Z našimi proizvodi omogočimo našim kupcem lažje, boljše in lepše življenje.

**Vizija** je konkretna slika prihodnosti vsake organizacije. Lahko bi ji rekli tudi zvezda vodnica v razvoju podjetja. Vizija je celostna, daljnovidna predstava ciljev in poti za njihovo doseg. Najpomembnejši del vizije so vrednote, za katere se človek zavzema, za katerimi podjetje stoji (Ivanuša-Bezjak, 2003, 46).

Vizija podjetja Diafit je graditi na visoko kakovostnih proizvodih, ki pripomorejo k boljšemu in bolj zdravemu življenju naših kupcev. Z ozaveščanjem o lastni skrbi za zdravje, s svetovanjem in pripomočki želimo ustvariti podlago za največjo možno pomoč našim uporabnikom, strankam in partnerjem. Želimo, da so naši kupci in partnerji z nami zadovoljni in v nas tudi prepričani. Torej sta zdravje in osebna skrb za ljudi naše osnovno vodilo.

**Cilji** podjetja se spreminjajo glede same vsebine – kdaj in koliko ter tudi glede roka izpolnitve. Pri postavitvi ciljev se mora vsako podjetje vprašati, kaj želi doseči, koliko mora doseči in kdaj mora doseči.

Cilji podjetja Diafit so pridobiti nove kupce, pomagati čim več ljudem, ki so naše pomoči in nasvetov potrebni. Še vedno je namreč veliko ljudi, ki ne vedo, kam oziroma na koga naj se z

določeno zdravstveno težavo obrnejo. Naš cilj je, da se ljudje obrnejo na nas, da imajo v mislih naše poslovalnice in naše osebje ter da so prepričani v nas in v to, da jim bomo pravilno in ustrezno svetovali. Posledično je naš cilj tudi rast dobička in rast podjetja. Veliko nam pomeni tudi strokovnost osebja, zato je naš cilj nenehno izobraževanje in izpopolnjevanje zaposlenih.

## ***2.2 Zaposleni v podjetju***

Sodelavci imajo največjo vrednost od vseh. So temeljni pogoj za obstoj in delovanje vsakega podjetja: njihova zagnanost, ustvarjalnost, izkušnje in veščine, zmožnosti in znanja odločajo o učinkovitosti in uspešnosti vsakega podjetja. Zato so nekatera podjetja uspešnejša od drugih, čeprav delujejo v enakih ali manj ugodnih razmerah.

Prav zaradi tega mora vodstvo podjetja največ pozornosti usmerjati zaposlenim. Svojim najboljšim zaposlenim mora zagotavljati možnost razvoja in izobraževanja. Potrebno je poiskati »skrite« talente in jih postaviti na položaje, kjer lahko prevzamejo odgovornost (Ivanuša-Bezjak, 2003, 42).

V podjetju Diafit število zaposlenih iz leta v leto narašča. Veča se namreč prodaja in zato je nujno potrebno zaposlovanje novih sodelavk in sodelavcev. V naših specializiranih prodajalnah morajo imeti zaposlene osebe najmanj V. stopnjo izobrazbe medicinske, farmacevtske ali druge ustrezne smeri, opravljen strokovni izpit in ustrezno strokovno izpopolnjevanje o medicinskih pripomočkih, ki se v specializirani prodajalni prodajajo oziroma izdajajo.

### ***2.3 Izobraževanje zaposlenih***

Izobraževanje zaposlenih omogoča pridobitev pomembnih znanj, učinkovitejšo delo in uspešno doseganje ciljev. Izobraževanje je zelo pomembno za osebni razvoj posameznika, dolgoročno vpliva na zavzetost zaposlenih ter večja pripadnost podjetju. Usposobljenost, pridobivanje znanja in motiviranost zaposlenih zagotavljajo podjetju možnost hitrega odzivanja na spremembe in zahteve trga ter na uspešnost celotnega poslovanja.

Z izobraževanjem zaposlenih se znanje, pridobljeno na nižjih ravneh posameznikovega razvoja ne samo dopolnjuje, ampak je znanje, pridobljeno v sistemu izobraževanja zaposlenih, izrazito aplikativno. Pogosto so motivi za odločanje zaposlenih za izobraževanje pogojeni s konkretnimi nalogami na delovnem mestu (dr. Dejan Hozjan, <http://www.sodobna-pedagogika>).

V podjetju Diafit gre za način osebne prodaje oziroma izdaje medicinsko tehničnih pripomočkov. Posebno pozornost posvečamo usposabljanju novozaposlenih. Zavedamo se, da je velikega pomena že na začetku spodbuditi njihovo pripadnost podjetju in s tem ustvariti motiviranost za korektno in uspešno sodelovanje s kupci. Potrebno jih je podrobno seznaniti z vsemi značilnostmi izdelkov, ki jih bodo prodajali, in s samim prodajnim postopkom podjetja.

Zaposleni v podjetju se strokovno usposabljammo zaradi novih izdelkov, ki nenehno prihajajo na tržišče. Redno se udeležujemo sejmov, na katerih proizvajalci ponujajo novosti na trgu. Tako smo vsako leto prisotni na sejmu Narava in zdravje, ki se odvija v Ljubljani. Na tem sejmu smo prisotni kot ponudniki in kot obiskovalci. Vsako leto smo prisotni na sejmu Medica, ki poteka v Nemčiji. Na tem sejmu smo le obiskovalci, saj se vsako leto najde veliko zanimivosti, ki jih na našem trgu še ne najdemo. Dobavitelj prsnih protez in lasulj prav tako vsako leto povabi proizvajalce iz tujine, da nam na modelih prikažejo novosti in uporabo novih izdelkov. Podjetje vsako leto pošlje po tri zaposlene na ta seminar.

Pomemben del pa prispevajo tudi obiski trgovskih potnikov drugih podjetij, ki nas seznanjajo z novostmi na trgu. S potniki se dogovorimo za dan in uro. Gre za krajše predstavitve dveh do treh izdelkov, ki so že ali bodo na tržišču kmalu dobavljivi.



## 3 MEDICINSKO TEHNIČNI PRIPOMOČKI

### 3.1 *Kaj so medicinsko tehnični pripomočki*

Medicinsko tehnični pripomočki so sredstva, potrebna za zdravljenje ali medicinsko rehabilitacijo. So instrumenti, aparati, sredstva, materiali in drugi izdelki za humano uporabo, ki svojega osnovnega namena, za katerega so izdelani, ne dosežejo na podlagi farmakoloških, kemičnih, imunoloških ali metaboličnih lastnosti. V Sloveniji so lahko v uporabi le medicinsko tehnični pripomočki, ki so vpisani v register medicinskih pripomočkov z dovoljenjem pristojnega organa.

Medicinsko tehnični pripomočki se glede na namembnost in glede na stopnjo tveganja za uporabnika:

- uporabljajo izključno pri opravljanju zdravstvene dejavnosti;
- izdajajo na recept oz. naročilnico ali brez te v lekarnah in specializiranih prodajalnah;
- prodajajo v prosti prodaji.

Medicinsko tehnične pripomočke razvrščamo glede na stopnjo tveganja za uporabnika v:

- razred I – medicinsko tehnični pripomočki z nizko stopnjo tveganja za uporabnika;
- razred II a – medicinsko tehnični pripomočki z večjo stopnjo tveganja za uporabnika;
- razred II b – medicinsko tehnični pripomočki z visoko stopnjo tveganja za uporabnika;
- razred III – medicinsko tehnični pripomočki z najvišjo stopnjo tveganja za uporabnika.

Za medicinsko tehnične pripomočke, uvrščene v razred I, je izdelovalec za izdelek v celoti odgovoren sam. Napiše izjavo o skladnosti in pritrdi znak CE.

Drugačen postopek velja za medicinsko tehnične pripomočke, uvrščene v razrede II a, II b in III. V teh primerih se mora izdelovalec najprej obrniti na enega od priglašanih organov, ki so ga pristojne oblasti posamezne države članice Evropske unije imenovala za določeno področje medicinsko tehničnih pripomočkov. Priglašeni organ po pregledu izdelka oceni skladnost z zahtevami in izda EC – certifikat o skladnosti, kadar je skladnost ugotovljena. Nato lahko

izdelovalec pritrdi znak CE. Priglašeni organ občasno izvaja ustrezne preglede, da oceni, ali izdelovalec še naprej izpolnjuje zahteve. Če temu ni tako, priglašeni organ zavrne ali umakne izdajo EC – certifikata o skladnosti. Priglašene organe nadzira pristojni organ za medicinsko tehnične pripomočke v skladnosti z zakonodajo (Pravilnik o medicinskih pripomočkih, Uradni list RS, št. 82/00, 6/02, 71/03 in 51/04).

### ***3.2 Pogoji za izdajanje medicinsko tehničnih pripomočkov***

Lekarna in specializirana prodajalna z medicinsko tehničnimi pripomočki na drobno je prodajni objekt, ki izpolnjuje predpisane pogoje in kjer se trguje z medicinsko tehničnimi pripomočki na drobno. Za specializirano prodajalno se šteje tudi oddelek prodajalne, ki mora biti fizično ločen od ostalih oddelkov, tako da prodaja izdelkov na medicinsko tehnične pripomočke ne more vplivati.

Ostali pogoji:

Prostor: Specializirana trgovina za medicinsko tehnične pripomočke mora imeti ustrezne prostore, ki zagotavljajo opravljanje dejavnosti v skladu z varovanjem javnega zdravja.

Usposobljenost: Specializirana trgovina mora imeti zaposleno odgovorno osebo z najmanj V. stopnjo izobrazbe medicinske, farmacevtske ali druge ustrezne smeri z opravljenim strokovnim izpitom in ustreznim strokovnim izpopolnjevanjem o medicinsko tehničnih pripomočkih, ki se prodajajo oz. izdajajo v specializirani prodajalni. Odgovorna oseba se je dolžna redno strokovno izpopolnjevati na tečajih, seminarjih in drugih oblikah strokovnega izpopolnjevanja in usposabljanja.

Razno: V specializirani prodajalni se smejo izdajati oz. prodajati samo medicinsko tehnični pripomočki, ki so vpisani v register medicinsko tehničnih pripomočkov. Ti so lahko vključeni v prodajo v Sloveniji. Ob prodaji oz. izdaji mora odgovorna oseba seznanimi kupca s pravilno in varno uporabo medicinskega pripomočka.

### ***3.3 Pravica do medicinsko tehničnih pripomočkov***

Pravico do medicinsko tehničnih pripomočkov določata Zakon o zdravstvenem varstvu in zdravstvenem zavarovanju ter Pravila obveznega zdravstvenega zavarovanja. Na osnovi teh predpisov Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS) zagotavlja zavarovanim osebam uresničevanje pravic do medicinsko tehničnih pripomočkov v breme obveznega zdravstvenega zavarovanja.

Medicinsko tehnični pripomočki iz obveznega zdravstvenega zavarovanja so: proteze udov, estetske proteze, ortoze za stabilizacijo udov in hrbtenice, ortopedska obutev, vozički ter ostali pripomočki za gibanje, stojo in sedenje, električni stimulatorji in ostali aparati (npr. za podporo pri dihanju), pripomočki za nego na bolnikovem domu (postelje z dodatki, sanitarni pripomočki, blazine proti preležaninam), kilni pasovi, pripomočki pri težavah z odvajanjem seča in blata, pripomočki pri zdravljenju sladkorne bolezni, kanile, pripomočki za slepe in slabovidne, pripomočki za sluh in govor, obvezilni material in ostali medicinsko tehnični pripomočki ([www.zzzs.si/](http://www.zzzs.si/)).

Posamezne vrste medicinsko tehničnih pripomočkov so opredeljene v šifrantu MTP za potrebe programskih hiš, izvajalcev zdravstvenih storitev, lekarn, specializiranih prodajaln, optik in izposojevalnic:

| ŠIFRA      | NAZIV PRIPOMOČKA       | CENOVNI STANDARD V € |
|------------|------------------------|----------------------|
| 630180235  | PRSNA PROTEZA – desna  | 81,11                |
| 630180236  | PRSNA PROTEZA – leva   | 81,11                |
| 630030237  | LASULJA                | 80,59                |
| 606210340  | ORTOZA ZA RAMO – desna | 60,18                |
| 606210341  | ORTOZA ZA RAMO – leva  | 60,18                |
| 1203120501 | BERGLA – 1KOM          | 10,29                |
| 1203120502 | BERGLA – PAR           | 20,57                |

Tabela 1: Del šifranta MTP

Vir: <http://www.zzzs.si/zzzs/PAO/ZJavSif.nsf/V123A?OpenView> – 18. 10. 2008

Medicinsko tehnične pripomočke, ki so potrošnega značaja, in pripomočke, potrebne pri zdravljenju in negi na domu, predpisuje izbrani osebni zdravnik zavarovane osebe. Zahtevnejše pripomočke predpisuje zdravnik specialist s svojega delovnega področja. Najzahtevnejše pripomočke, pri katerih je potrebna timska obravnava zavarovane osebe in individualna prilagoditev pripomočka, pa predpisuje zdravnik specialist Inštituta RS za rehabilitacijo.

Pooblaščen zdravnik mora ob predpisu novega pripomočka upoštevati trajnostno dobo istovrstnega pripomočka. Podatke o že prejetih pripomočkih zdravnik pridobi iz zdravstvene evidence zavarovane osebe in s kartice zdravstvenega zavarovanja.

Naročilnica za medicinsko tehnični pripomoček je podobno kot zdravniški recept javna listina. Medicinsko tehnični pripomočki, ki jih zavarovane osebe dobijo na naročilnico, so dostopni tudi v prosti prodaji.

Na naročilnici za medicinsko tehnični pripomoček so poleg administrativnih podatkov o zavarovani osebi in zdravstvenem zavarovanju zapisani podatki o vrsti, količini in obdobju, za katero naj se pripomoček izda, izdelata ali izposodi. Podatki o vrsti in količini pripomočkov se ob izdaji vpišejo na kartico zdravstvenega zavarovanja. Naročilnica mora vsebovati tudi podatke o zdravniku in ustanovi, kjer je bil pripomoček predpisan. Na eno naročilnico se lahko predpiše in izda več vrst medicinsko tehničnih pripomočkov. Nikakor ne sme manjkati datum, ki ne sme biti starejši od 30 dni, in podpis zdravnika z žigom (Vzajemna, zdravstvena zavarovalnica, d.v.z., 2005, 13).

Kdaj medicinsko tehničnega pripomočka ne moremo izdati?

Če ni podpisa in poimenskega žiga zdravnika;

če ni žiga ustanove;

če so na naročilnici kakršni koli popravki, ki jih zdravnik ni potrdil s svojim podpisom in žigom;

če je naročilnica predpisana več kot mesec dni nazaj;

če so podatki na naročilnici slabo berljivi ali celo nečitljivi;

če nimamo kartice zdravstvenega zavarovanja oz. zavarovanje ni veljavno.

Vir: Dokumentacija podjetja Diafit d.o.o.

Večino medicinsko tehničnih pripomočkov pridobi zavarovana oseba neposredno pri dobavitelju na podlagi naročilnice, ki jo izda pooblaščen zdravnik. O upravičenosti do zahtevnejših medicinsko tehničnih pripomočkov na predlog pooblaščenega zdravnika odloča imenovani zdravnik ali zdravstvena komisija ZZZS z odločbo. Pravico do zahtevnejšega pripomočka uveljavlja zavarovana oseba pri dobavitelju na podlagi naročilnice, potrjene s strani imenovanega zdravnika. Predpisani pripomoček postane trajna last zavarovane osebe ([www.zzzs.si/](http://www.zzzs.si/)).

## **4 PRODAJA IN IZDAJA MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV V MALOPRODAJI PODJETJA DIAFIT D.O.O.**

Podjetja ne delujejo več na trgih, na katerih so imela stalne znane tekmece in kupce, ampak na trgih s hitro spreminjajočo se konkurenco, ki postaja čedalje bolj globalna. Bogatejša so za nove tehnološke dosežke zlasti na področju informacijske tehnologije, medtem ko so kupci čedalje manj zvesti. Ti lahko izbirajo med ogromnim številom istovrstnih izdelkov različne kakovosti, cen, ravni postrežbe in z njo povezanih storitev. Zato ni čudno, da postaja trženje prevladujoča poslovna filozofija in funkcija podjetja, ki je vpletena v vse druge dejavnosti, še preden začne načrtovati izdelke ali storitve in se nadaljuje tudi potem, ko je izdelek že prodan. Trženje ni samo širši pojem kot prodaja niti ni posebna poslovna funkcija, ampak je jedro poslovanja podjetij z vidika zadovoljitve njihovih kupcev in doseganja načrtovanih rezultatov.

Vsaka organizacija, velika ali majhna, mora imeti razlog za svoj obstoj, ki mu pravimo tudi organizacijsko poslanstvo. Za podjetje je najpomembnejše poslanstvo, da zadovolji svoje kupce. Lahko bi rekli, da je temeljna opredelitev in izhodišče delovanja podjetja ustvarjanje zadovoljnih kupcev. Zato sta za podjetje bistveni dve poslovni funkciji: trženje in inovativnost. Trženje je tako pomembno, da ni dovolj, če ima podjetje odlične prodajalce, ki jim zaupa prodajne aktivnosti. Trženje je mnogo širše kot prodajanje, saj se v njem odraža celotno delovanje podjetja z doseženim poslovnim rezultatom. (Potočnik, Temelji trženja, 2002).

#### ***4.1 Svetovanje osebja pri izdaji oz. prodaji medicinsko tehničnih pripomočkov***

Razumevanje, zakaj imajo porabniki raje eno trgovino kot drugo, je postalo glavni cilj raziskovalcev trgovine na drobno. Trgovci se čedalje bolj odzivamo na aktivnosti konkurentov.

Kupci si o prodajalni postopoma oblikujejo svoje stališče. Dobra lokacija prodajaln je odločilni dejavnik za izvajanje trženjske strategije trgovskega podjetja. V visoko konkurenčnem okolju lahko že majhna razlika v lokaciji pomembno vpliva na tržni delež. Prodajo izboljšajo že boljša organizacija dela, prilagojen prodajni čas trgovine in podobno (Valcl, Maribor, 2004).

Naša poslovalnica je obkrožena s štirimi prodajalnami istovrstnih izdelkov. V eni sami ulici so štiri trgovine z medicinsko tehničnimi pripomočki in lekarna. Vendar pa ima lahko bližina konkurenčne prodajalne negativen ali pozitiven vpliv na podjetje. V našem podjetju na konkurenco gledamo prej pozitivno kot negativno. Prednost bližine konkurenčnih prodajaln vidim v tem, da se tako nenehno trudimo biti boljši. Iščemo nove, izboljšane produkte, konkurenčni smo tudi cenovno. Neposredna bližina konkurence nas torej »sili«, da smo na tekočem z novostmi na trgu in da ne »zaspimo«.

V specializiranih trgovinah, kot je naša, igra veliko vlogo osebna prodaja. Velikokrat gre namreč za zapletene in tehnično zahtevne izdelke in izdelke, ki jih kupci kupujejo le občasno.

Osebna prodaja temelji na posebni prodajni tehniki in psihologiji prodajanja. Osebna prodaja pomeni stik vsaj dveh ljudi, pomeni soglasno izraženo voljo sodelovanja in človeški odnos.

Vloga osebne prodaje narašča. Narašča zato, ker postajajo prodajni trgi vse bolj zasičeni, ker se ponudbe konkurentov vse manj razlikujejo ne samo po funkcionalnosti izdelkov, ampak tudi po cenah.



Osebna prodaja je še posebno pomembna pri izdelkih, ki zahtevajo številna dodatna pojasnila za uporabo, in teh je iz dneva v dan več (Valcl, Maribor, 2004).

70% naših kupcev predstavljajo starejše in bolne osebe, zato sta način in psihologija osebne prodaje še toliko bolj pomembna.

Kot primer lahko navedem izdajo merilnika za merjenja sladkorja v krvi starejši osebi, ki že slabše vidi in sliši. Izdaja tega pripomočka na naročilnico traja približno eno uro. Tak merilnik je potrebno stranki na pravilen način približati. Velikokrat imajo starejši ljudje strah pred novostmi, bojijo se, da se ne bodo nikoli naučili, kako se pripomoček uporablja. Pri merjenju sladkorja v krvi se uporablja testni listič, na katere kanemo kapljico krvi. Ti testni lističi so vedno manjši, manjši so tudi sami merilniki sladkorja v krvi. Obenem so hitrejši, imajo vedno več funkcij, kar starejšo populacijo nemalokrat le zmede. Naloga osebja je, da izbere pravilni način razlage, da kupca ne odvrne od merilnika, ampak mu ga čim bolj približa ter mu zmanjša strah pred uporabo. Vedno poudarimo, da se lahko kupci obrnejo na nas, če jim merjenje doma ne bo šlo od rok.

Povedati moram, da so povratne informacije zelo dobre in pohvalne. Zgodi se, da ljudje kupijo kak pripomoček pri konkurenci, kjer pa niso dobili dovolj obširne in razumljive razlage. Do nas v prodajalno pridejo rekoč: *»Moja sosedka je kupila merilnik pri vas in ste ji vse lepo razložili in tako mi je sosedka svetovala, da naj grem po pomoč in razlago k vam.«*

V spominu mi je ostal tudi nek gospod in njegove besede, ki so zvene le približno tako: *»Znancem sem se pogovarjal in mu povedal, da mi je zobozdravnik svetoval uporabo določene ustne vode. V lekarni je nisem dobil. Pa mi je moj znanec svetoval, naj zavijem v Diafit. Če te ustne vode nimajo, jo bodo pa naročili ali te napotili tja, kjer jo imajo.«*

Seveda naše prodajalne obiščejo tudi stranke, za katere lahko rečem, da dobesedno iščejo »strelovod« za svojo jezo. Zavedamo se, da smo ljudje kupci z zelo različnimi psihološkimi lastnostmi, navadami, izobrazbo, potrebami ... Pogosto je težko, a kot prodajalci in svetovalci se moramo prilagajati različnim kupcem in njihovim zahtevam.

Pri izdajanju in prodajanju medicinskih pripomočkov je izredno velikega pomena empatija, torej sposobnost razumeti kupca, vživeti se v kupčeve potrebe in želje. Čustev in misli namreč ne vidimo, zato je treba iz kupčevega vedenja sklepati, kaj se znotraj kupca dogaja. Najpogosteje se nam to dogaja pri mlajših ljudeh, lahko celo rečem, da najpogosteje pri ženskah. Rak na dojki in maternici je v porastu. Mlajše ženske pogosto ne vidijo izhoda in so posledično čustveno bolj občutljive. Pripomočka, kot je prsna proteza ali lasulja, nočejo niti pogledati. Zelo previdno in razumevajoče se je potrebno takšni osebi posvetiti, zato nikakor ne smemo biti vsiljivi.

Pokazati moramo ne le strokovno znanje, temveč tudi osebnostne in človeške lastnosti, zaradi katerih se bo kupec pri nas prijetno počutil, odšel zadovoljen in se k nam ponovno vrnil. Strokovno znanje prodajalca (strokovnost) je eden osnovnih pogojev za uspešno delo. Zajema dve komponenti: poznavanje blaga in poznavanje dela v trgovini. V šolah pridobljeno znanje je temelj za kasnejše podrobno spoznavanje določene trgovske branže. Znanje posameznik nadgrajuje na strokovnih srečanjih, na seminarjih, kongresih, simpozijih itd. (Mihaljčič, 2003, 13).

#### ***4.2 Sodelovanje podjetja z zdravstvenimi ustanovami in zdravstvenim osebjem***

Podjetje Diafit d.o.o. posluje že 18. leto. V tem času smo počasi, a prepričljivo postali zaupanja vredno podjetje. Naše vodilo je zadovoljna stranka oziroma kupec. Že vrsto let sodelujemo z zdravniki in strokovnjaki iz medicinskega področja, zdravstvenimi ustanovami in strokovnimi združenji iz zdravstvenega področja.

Ker je poslovalnica, o kateri govorim, v neposredni bližini zdravstvene ustanove, se zaposleni nemalokrat oglasijo v naši prodajalni. Velikokrat so naše stranke tudi zdravniki, zdravstveni tehniki, bolničarji, fizioterapevti ter ostali zaposleni v zdravstvu. Zadovoljni s produkti in s samo izdajo ter svetovanjem tako svetujejo svojim znancem in pacientom na oddelkih.

Zaposleni v podjetju Diafit d.o.o. redno obiskujemo zdravstvene ustanove, kjer pustimo v čakalnicah oziramo dnevnih prostorih letake in prospekte o naših produktih.

Zgodi se namreč, da zdravniki in medicinske sestre pacientom ne znajo svetovati, kam naj gredo predpisani medicinski pripomoček iskat. V takšnih primerih so jim naši prospekti v pomoč.

Kadar pride na tržišče kakšen nov aparat – npr. protibolečinski aparat, se z zdravstvenim osebjem najprej dogovorimo za preizkus. Protibolečinske aparate uporablja fizioterapija. Izdelek jim predstavimo in jim ga pustimo v uporabi, da ga preizkusijo. Po določenem času nam podajo svoje mnenje in izkušnje. Tako »iz prve roke« spoznamo prednosti in pomanjkljivosti preizkušenega aparata, zato lahko kasneje v sami prodajalni kupcu oziroma potrošniku, ki določen aparat kupuje za domačo uporabo, dobro svetujemo.

Sodelujemo tudi z raznimi društvi in sekcijami iz vse Slovenije: Društvom za srce in ožilje, Društvom onkoloških bolnikov, Društvom diabetikov, Društvom žensk po operaciji dojke ...

## 5 PONUDBA – ASORTIMAN PODJETJA DIAFIT D.O.O.

V vseh poslovalnicah podjetja se naš asortiman veča. Potrebe potrošnikov so vedno večje, vsakodnevno prihajajo na trg novejši, izboljšani izdelki. Tako je tudi z medicinskimi pripomočki. Veliko artiklov se je zamenjalo, prišli so novejši, boljši materiali, izboljšana tehnologija, izdelki so vedno manjši in posamezni aparati delujejo hitreje.

Naš asortiman lahko razdelim v naslednje skupine:

Zdravstveni aparati za domačo uporabo: merilniki krvnega tlaka, inhalatorji, merilniki telesne maščobe, termometri, protibolečinski aparati, merilniki sladkorja v krvi.

Kompresijske nogavice: preventivne medicinske kompresijske nogavice, kurativne medicinske kompresijske nogavice in nogavice za potovanje.

Pripomočki za nosečnice, mlade mamice in dojenčke: pasovi za nosečnice, kozmetika za nosečnice, program za dojenčke, blazine za dojenje in spanje dojenčka.

Pripomočki za inkontinenco: inkontinenčni vložki, plenice, hlačke, urinal kondomi, urinske vrečke, urinski katetri, nočne posode, toaletni stoli ...

Kozmetika: šamponi, balzami, kopeli, losijoni za občutljivo kožo, kreme proti brazgotinam, preležaninam.

Obloge: obloge pri ulkusih – razjedah.

Ustna higiena: električna zobna prha, električna sonična zobna ščetka, električna zobna nitka, zobne kreme, ustne vode ...

Ortopedska obutev: ortopedski čevlji, natikači, copati, anatomsko oblikovani vložki za čevlje

Kozmetika za noge: olje proti glivicam in trdi koži na stopalih, kreme za ožilje, kreme proti vročim oziroma hladnim stopalom, razne brusne pile za odstranjevanje trde kože, posebne klešče za striženje odebeljenih nohtov na nogah.

Povoji in obliži: posebni povoji po kirurških posegih (t.i. fiksni povoji), obliži za ustavljanje krvavitev, obliži proti žuljem, kurjim očesom ...

Prsne proteze: različnih oblik, ortopedski nadržki za vstavljanje prsne proteze, ortopedske kopalke za vstavljanje prsne proteze.

Lasulje: posebni šamponi, balzami in utrjevalci za lasulje, stojala in krtače za lasulje, turbani in rutke.

Protirevmatsko perilo: protirevmatski grelci iz angora volne – za koleno, ledvice, ramena, komolec, zapestje, gleženj ter perilo – hlače, maje in puliji.

Dodatki k prehrani: sokovi, kapsule, šumeče tablete, sirupi, čaji ...

Ortoze in pripomočki za hojo: ortoze in opornice za vrat, komolec, zapestje, koleno, gleženj, hrbtenico itd., bergle, hodulje, invalidski vozički ...

Delovna oblačila: oblačila za zdravstveno osebje, reševalce – bluze, hlače, krila in plašči.

Pripomočki za stomo: vsi pripomočki za nego pri izpeljanem črevesju – vrečke, kožne podloge, paste, prahi ...

Silipos obloge: posebne obloge proti brazgotinjenju – po opeklinah in kirurških posegih. Obloge so iz materiala, ki vsebuje mineralno olje.

Diabetiki: diagnostični trakovi za določanje glukoze v krvi, lancete, igle za mehanski injektor, sprožilne naprave, hladilne torbice za shranjevanje inzulina.

### ***5.1 Medicinski pripomočki, ki se izdajajo na naročilnico za medicinsko tehnični pripomoček***

Na osnovi predpisov Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS) zagotavlja zavarovanim osebam naslednje pripomočke:

ESTETSKE PROTEZE – prsne proteze;

LASULJE;

ORTOZE – za hrbtenico, ramena, komolce, zapestje, kolke, gležnje in stopala ter pogačico;

ORTOPEDSKO OBUTEV – posebej izdelani čevlji in začasni čevlji;

PRIPOMOČKE ZA GIBANJE, STOJO IN SEDENJE – bergle, vozički, palice, hodulje, terapevtski valji in blazine, negovalne postelje, trapezi za obračanje, posteljne mizice;

ELEKTRIČNE STIMULATORJE IN OSTALE APARATE – električni stimulator pri inkontinenci urina – blata, inhalator, merilec pretoka zraka, koncentrator kisika, aspiator, elastomerna črpalka 5 ali 7-dnevna, prenosni aspirator;

SANITARNE PRIPOMOČKE - dvigalo za kopalnico, sedež za kopalno kad ali tuš kabino, nastavek za toaletno školjko, toaletni stol;

BLAZINE PROTI PRELEŽANINAM – blazina za posteljo, blazina za sedež;

KILNE PASOVE – ingvinalni, femoralni in trebušni;

PRIPOMOČKE PRI UMETNO SPELJANEM ČREVESJU – vrečke in podloge za stomo, pasta in prah za stomo, pasovi za stomo itd.;

PRIPOMOČKE PRI TEŽAVAH Z ODVAJANJEM SEČA – urinske vrečke, urinal kondomi, urinski katetri, moške in ženske predloge (vložki), plenice, posteljne predloge in mrežaste hlačke;

PRIPOMOČKE PRI ZDRAVLJENJU SLADKORNE BOLEZNI – aparat za določanje sladkorja v krvi, mehanski injektor, igle za mehanski injektor, diagnostični trakovi za določanje sladkorja v krvi, prožilna naprava, lancete za prožilno napravo, inzulinska črpalka itd.;

KANILE – endotahealne kanile, kateter za dovajanje kisika, aspiracijski kateter, nastavki za dajanje zdravila z masko ali ustnikom itd.;

OSTALE TEHNIČNE PRIPOMOČKE – rokavice za poganjanje vozička, elastične rokavice, navleke za krm, elastične kompresijske nogavice;

PRIPOMOČKE ZA SLEPE IN SLABOVIDNE – razna očala, povečevalna stekla, leče, predvajalniki zvočnih zapisov, Braillov pisalni stroj, bele palice za slepe itd.;

SLUŠNE APARATE – ušesni aparati, aparati za boljše sporazumevanje, aparati za omogočanje glasnega govora itd.;

OBVEZILNI MATERIAL – komprese, seti, povoji, lepilni trakovi, vata, vatiranci, igle, brizge;

RAZTOPINE – fiziološke raztopine.

Določeni medicinsko tehnični pripomočki so le na izposojno za določeno obdobje. Negovalno posteljo si bolnik lahko izposodi za 5 let. Po določenem obdobju mora bolnik pripomoček vrniti oziroma podaljšati obdobje izposoje, če ta pripomoček še vedno potrebuje.

## 6 ANALIZA PRODAJE MEDICINSKO TEHNIČNIH PRIPOMOČKOV PO MESECIH ZA OBDOBJE 2002–2006

### 6.1 Analiza prodaje merilnikov krvnega tlaka

Leta 1896 je italijanski zdravnik Scipione Riva Rocci (1863–1943) objavil svojo metodo nekrvavega načina merjenja krvnega tlaka pri človeku. V naslednjih desetletjih so številni raziskovalci metodo postopno izpopolnili; med njimi ruski zdravnik Nikolaj Sergejevič Korotkov (1874-1920), ki je opredelil tolmačenje zvokov, ki jih slišimo pri merjenju tlaka na okončinah. Merilna naprava nosi ime po Riva-Rocciju, v pogovornem jeziku pri nas »rivarochi«.



Slika 2: Merilnik krvnega tlaka

Vir: <http://www.diafit.si/tree.aspx?nodeid=42> – 18. 10. 2008



Krvni tlak je sila – pritisk, s katerim kri deluje na stene krvnih žil. Ustvarja ga srce, ki povprečno utripne sedemdesetkrat na minuto. Ko se srce skrči in požene kri v glavno arterijo (aorto), krvni tlak za hip naraste – imenujemo ga zgornji ali sistolični krvni tlak. Po vsakem iztisu pa se srce znova razširi, da se napolni z novo krvjo. Takrat tlak v žilah za trenutek pade, imenujemo ga spodnji ali diastolični tlak. Vrednost krvnega tlaka izražamo z dvema števkama: zgornji (sistolični) in spodnji (diastolični) krvni tlak, na primer: 120/80 ([http://med.over.net/za\\_bolnike/boleznikrvni\\_tlak.php](http://med.over.net/za_bolnike/boleznikrvni_tlak.php), Barbara Hrovatin, dr. med.).

Krvni tlak se čez dan spreminja. Najvišji je v jutranjem času, najnižji pa ponoči med spanjem. Spreminja se zaradi raznih vplivov, zato je priporočljivo, da se meri ob določenem času dneva in enaki telesni obremenitvi.

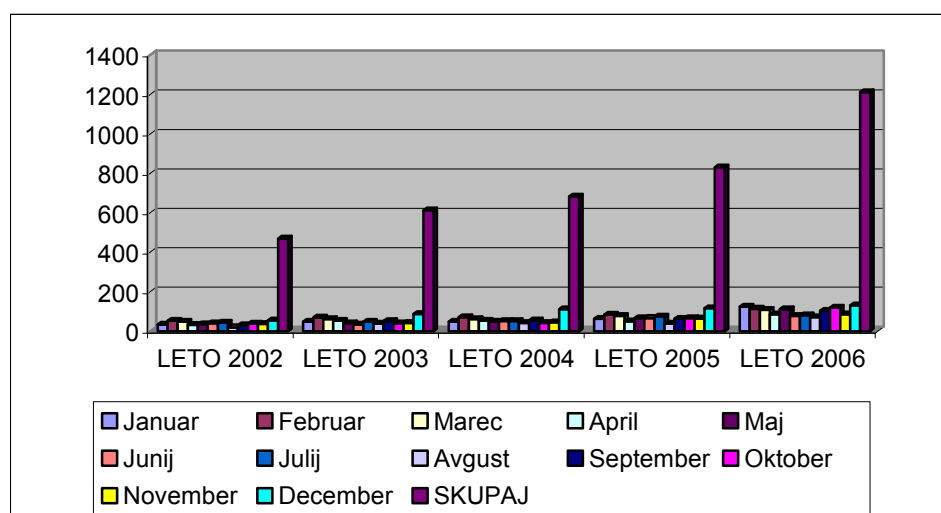
Zaradi današnjega načina življenja je povišan krvni tlak »bolezen«, ki prizadene veliko mladih ljudi. Potrebno je vsakodnevno merjenje in beleženje, da se lahko zdravniki odločijo za ustrezno zdravljenje. Porast prodaje merilnikov krvnega tlaka sem analizirala v našem podjetju, v maloprodajni poslovalnici v Mariboru.

| MESEC     | LETO 2002 | LETO 2003 | LETO 2004 | LETO 2005 | LETO 2006 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Januar    | 34        | 48        | 49        | 63        | 125       |
| Februar   | 54        | 69        | 71        | 84        | 114       |
| Marec     | 49        | 61        | 61        | 78        | 108       |
| April     | 32        | 53        | 54        | 50        | 85        |
| Maj       | 35        | 40        | 49        | 66        | 111       |
| Junij     | 40        | 34        | 51        | 67        | 78        |
| Julij     | 44        | 49        | 51        | 74        | 81        |
| Avgust    | 20        | 38        | 42        | 39        | 71        |
| September | 31        | 51        | 55        | 63        | 103       |
| Oktober   | 38        | 41        | 42        | 66        | 120       |
| November  | 37        | 42        | 45        | 64        | 85        |
| December  | 55        | 87        | 112       | 117       | 131       |
| SKUPAJ    | 469       | 613       | 682       | 831       | 1212      |

Količina je izražena v številu prodanih izdelkov.

Tabela 2: Prodaja merilnikov tlaka od leta 2002 do leta 2006

Vir: Dokumentacija podjetja Diafit d.o.o.



Graf 1: Prodaja merilnikov tlaka od leta 2002 do leta 2006

Iz tabele in grafičnega prikaza je razvidno, da prodaja iz leta v leto narašča. Daleč največja prodaja je vsako leto v mesecu decembru. Ljudje namreč vedno pogosteje iščemo praktična darila za svoje najbližje. Mogoče je zato opaziti, da je prodaja merilnikov v januarju skoraj najnižja. Primerjamo jo lahko s prodajo v mesecu avgustu. Pri sami prodaji merilnikov tlaka opažam, da je med kupci vedno več mlajših ljudi, ki merilnik kupujejo zase. Ti imajo namreč vedno več težav s krvnim tlakom, kar je posledica stresnega in obremenjujočega načina življenja.

## ***6.2 Analiza prodaje merilnikov sladkorja v krvi in diagnostičnih trakov za merjenje sladkorja v krvi***

Diabetes je kronično stanje, pri katerem celice trebušne slinavke ne proizvajajo dovolj insulina. To glukozi, ki jo dobimo iz hrane, oteži prehod v celice, zato te ne morejo normalno delovati. Motena je tudi presnova ogljikovih hidratov, beljakovin in maščob.

Inzulin je hormon, ki ga izločajo celice v trebušni slinavki. Nekdaj so inzulin pridobivali iz goveje ali svinjske trebušne slinavke, danes pa ga proizvajajo tako, da neki bakteriji ali plesni vsilijo, da ga izdeluje, potem pa izcedek očistijo. Tako pridobljeni inzulin je povsem enak človeškemu in ga imenujemo tudi humani inzulin (<http://www.s-sstg.ce.edus.si/aktivi/hrp/diabetes.pdf>).

Pravico do izdaje merilnikov sladkorja v krvi in diagnostičnih trakov za določanje sladkorja v krvi na naročilnico za medicinsko tehnični pripomoček imajo tisti, ki se zdravijo z inzulinom. Tisti, ki se zdravijo s tabletami, pa te pravice nimajo in si morajo merilnik in diagnostične trakove kupiti sami.



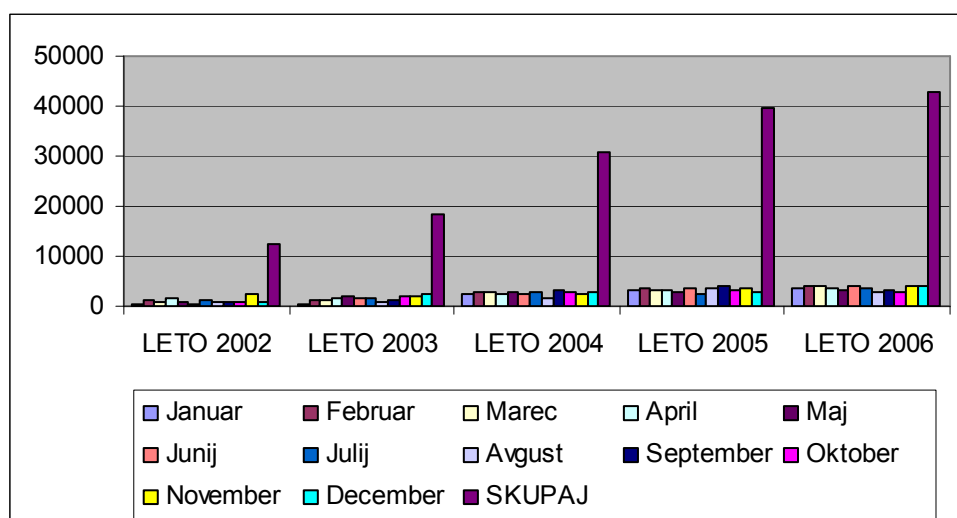
Slika 3: Merilnik sladkorja v krvi

Vir: <http://www.diabeticpal.com/accuchek.jpg> - 18. 10. 2008

| MESEC     | LETO 2002 | LETO 2003 | LETO 2004 | LETO 2005 | LETO 2006 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Januar    | 491,6     | 527       | 2219,3    | 3202,7    | 3722,8    |
| Februar   | 1344      | 1323,1    | 2769,6    | 3751,7    | 3985,7    |
| Marec     | 751,2     | 1237      | 2623,7    | 3132,1    | 3908,2    |
| April     | 1421,8    | 1788,8    | 2566,1    | 3354,2    | 3642,1    |
| Maj       | 725,2     | 1913,9    | 2661,7    | 2802,5    | 3302,2    |
| Junij     | 231,8     | 1450,2    | 2467,8    | 3625,7    | 3905,1    |
| Julij     | 1387,2    | 1720      | 2711,8    | 2422      | 3742      |
| Avgust    | 934,5     | 954,8     | 1795,8    | 3735,5    | 2643,9    |
| September | 937,4     | 1219,8    | 3062,8    | 3997,6    | 3302,7    |
| Oktober   | 809,8     | 1874      | 2896,4    | 3212,6    | 2815,4    |
| November  | 2349,3    | 2154,6    | 2280,7    | 3742,3    | 3963,4    |
| December  | 933,3     | 2358,4    | 2783      | 2753,4    | 3872,5    |
| SKUPAJ    | 12317,1   | 18521,6   | 30838,7   | 39732,3   | 42806     |

Tabela 3: Prodaja merilnikov sladkorja v krvi in diagnostičnih trakov od leta 2002 do leta 2006

Vir: Dokumentacija podjetja Diafit d.o.o.



Graf 2: Prodaja merilnikov sladkorja v krvi in diagnostičnih trakov od leta 2002 do leta 2006

Prodaja pripomočkov za zdravljenje diabetesa iz leta v leto narašča. To lahko pripišem porastu ljudi s sladkorno boleznijo, saj ima po zadnjih statističnih podatkih 9% prebivalcev Slovenije to bolezen.

Narašča tudi sladkorna bolezen pri nosečnicah – krvni sladkor je povišan samo v času nosečnosti, po porodu se nivo krvnega sladkorja normalizira.

Prodaja pripomočkov za diabetike se je povečala tudi zaradi same izdaje oziroma svetovanja osebja. Pri izdaji merilnika sladkorja v krvi je namreč potrebna podrobna razlaga za uporabo. Velikega pomena tukaj praktičen prikaz njegove uporabe. Zaradi kvalitete našega svetovanja in pripravljenosti pomagati ljudem (nazorne in potrpežljive razlage o delovanju omenjene naprave) imamo iz leta v leto več strank.

Pri analizi pripomočkov za diabetike ne opažam mesečnih nihanj kot npr. pri merilnikih krvnega tlaka. Večino teh pripomočkov namreč bolniki dobijo na naročilnico za medicinsko tehnični pripomoček vsake tri mesece, ko imajo kontrolo v diabetološki ambulanti. Zato je prodaja tovrstnih pripomočkov skozi vse leto bolj ali manj konstantna.

### ***6.3 Analiza prodaje kompresijskih in preventivnih nogavic za ožilje***

Motnje v delovanju ožilja v nogah so zelo pogosta bolezen. Če so težave ožilja dednega značaja ali so prisotne od rojstva, če narava našega dela zahteva večurno stanje ali sedenje, če so noge zaradi prevelike teže pod stalnim pritiskom, če je ožilje prizadeto zaradi hormonskih vplivov bodisi med nosečnostjo ali jemanjem tablet, so krvne žile v vseh naštetih primerih na nogah še posebej ogrožene, saj lahko pride do bolezenskih okvar v ožilju v obliki krčnih žil, vnetja, poškodb žilnih zaklopk in tromboze. Zaradi oviranega pretoka se kri vrača v srce počasneje in ne vsa. V nogah prihaja do bolečih strdkov, oteklina in razjed.

Bolezen se v večini primerov ne razvije čez noč. Med najpogostejše opozorilne znake sodijo težke, utrujene in pogosto tudi vroče noge, občutek napetosti, krči, skeleča bolečina v mečih, otekli gležnji in prve drobne krčne žile.

Samo zdravnik lahko postavi diagnozo in prične z ustreznim zdravljenjem. Zdravnik lahko predpiše medicinske kompresijske nogavice. Te nogavice so izdelane na poseben način. Razporeditev moči je takšna, da pride do najtesnejšega oprijema v območju gležnjev, kjer se otekline in razjede najpogosteje pojavljajo. Moč oprijema pa v smeri proti kolenu in stegnu postopoma popušča. O stopnji moči oprijema, ki je odvisna od diagnoze, odloča zdravnik.

V specializirani trgovini, kot je naša poslovalnica, se s postrežbo medicinskih nogavic ukvarjamo zelo natančno. Vse zaposlene smo strokovno usposobljene. Postrežba vključuje izmero nog, določitev ustrezne velikosti v skladu z opravljeno izmero in poskusno namestitev medicinskih kompresijskih nogavic.



Slika 4: Medicinska kompresijska dokolenka

Vir: <http://www.medical-supplies-equipment-company.com/files/images/> - 21. 10. 2008

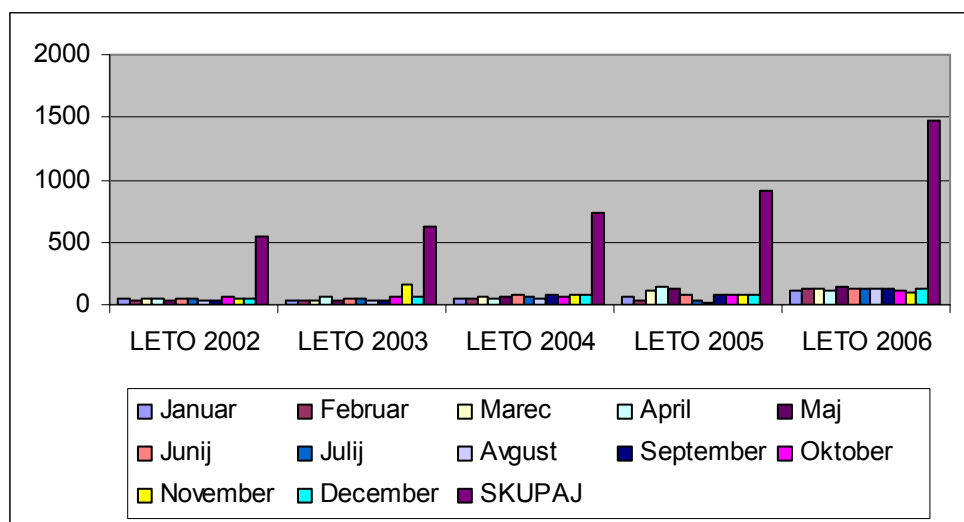
Pravilno izmerjena in nameščena nogavica zagotavlja optimalen učinek zdravljenja. Zaradi pospešenega krčenja mišic se žile ožijo, posledično je krvni obtok večji in žilne zaklopke lahko ponovno opravljajo svoje delo. Tako preprečimo nastanek oteklin, zmanjšamo nevarnost tromboze in nadaljnjih komplikacij.

| MESEC     | LETO 2002 | LETO 2003 | LETO 2004 | LETO 2005 | LETO 2006 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Januar    | 42        | 37        | 42,5      | 59        | 117,5     |
| Februar   | 39        | 25        | 51        | 32,5      | 121       |
| Marec     | 54        | 36        | 59,5      | 109       | 134       |
| April     | 51        | 58        | 44        | 144       | 120       |
| Maj       | 27        | 38,5      | 68        | 123       | 137,5     |
| Junij     | 50,5      | 43        | 74        | 82,5      | 124,5     |
| Julij     | 46        | 51        | 66        | 36        | 130       |
| Avgust    | 28        | 32,5      | 49,5      | 20        | 123       |
| September | 39        | 29        | 72,5      | 74,5      | 132       |
| Oktober   | 69,5      | 63,5      | 63,5      | 73        | 109,5     |
| November  | 56        | 154,5     | 73        | 82,5      | 103,5     |
| December  | 47        | 60,5      | 77,5      | 75,5      | 122,5     |
| SKUPAJ    | 549       | 628,5     | 741       | 911,5     | 1475      |

Količina je izražena v številu izdelkov.

Tabela 4: Prodaja kompresijskih in preventivnih nogavic za ožilje od leta 2002 do leta 2006

Vir: Dokumentacija podjetja Diafit d.o.o.



Graf 3: Prodaja kompresijskih in preventivnih nogavic za ožilje od leta 2002 do leta 2006



Pri prodaji nogavic za ožilje je zelo zanimivo mesečno nihanje. Iz leta v leto opažam, da se prodaja poveča spomladi. Veliko ljudi se začne takrat pripravljati na poletje, predvsem ženske na kratka krila in kopalko. Zato v tem času obiščejo zdravnika, ki jim predpiše nogavice za ožilje. Tako začne prodaja naraščati nekje v mesecu marcu in raste nekako do konca meseca junija. V mesecu juliju in avgustu prodaja nogavic pade.

Ljudi, ki imajo težave z ožiljem, je treba ozavešiti, da ima sonce na omenjeno zdravstveno težavo negativni vpliv. Veliko ljudi se tega ne zaveda. Je pa res, da nošenje takih nogavic v vročih dneh ni prijetno, saj so debelejšje – preventivne so 140-denske, kompresijske pa kar 280-denske. Ko so toplejši dnevi mimo, začne prodaja zopet naraščati.

V asortimanu nogavic za ožilje so dokolenke, nadkolenke, nogavice do dimelj in hlačne nogavice. Tudi tukaj opažam velika nihanja. V spomladanskem in jesenskem času prodamo največ nogavic, ki segajo čez koleno, in nogavic do dimelj. V poletnem času ljudje iščejo pretežno dokolenke. Za višje nogavice se odločijo le, če jim to zdravnik strogo določi, medtem ko se veliko ljudi v zimskih mesecih odloči za hlačne kompresijske nogavice. Za nakup hlačnih nogavic se odločajo predvsem ženske, moški pa za nogavice do dimelj.

#### ***6.4 Analiza prodaje plenice in hlačnih predlog za inkontinenco***

Hlačne predloge in plenice predstavljajo zelo koristen način reševanja težav z urinsko inkontinenco. Njihova funkcija je vsrkavanje in zadrževanje urina. Uporablja jih veliko bolnikov. Predloge omogočijo zaščito, ohranjanje samozavesti, preprečujejo neugodje zaradi uhajanja urina, hkrati pa ščitijo oblačila, posteljno perilo in pohištvo.

Obstajajo hlačne predloge in plenice za lahko, srednjo, težko in zelo težko inkontinenco ter posteljne podloge za zaščito postelje. Najpogosteje bolniki uporabljajo čez dan manjše, manj vpojne, ponoči pa večje in bolj vpojne predloge ali plenice.

Bolnikom z urinsko inkontinenco odsvetujemo uporabo navadnih higienskih vložkov. Uporabljati morajo vložke oziroma plenice, namenjene za uhajanje urina. Slednji imajo namreč večjo vpojnost, zagotavljajo optimalno suhost, zaščito pred prepuščanjem tekočine ob straneh vložka in zaščito pred neprijetnim vonjem. Predvsem moški se težje soočijo z boleznijo in jo zaupajo zdravniku ali nam. Tako najpogosteje uporabljajo kar navadne higienske vložke, ki pa ne ščitijo pred neprijetnim vonjem.

Bolniki dobijo predloge in vložke na naročilnico za medicinski pripomoček, ki jo izda osebni zdravnik.



Slika 5: Vložek za inkontinenco

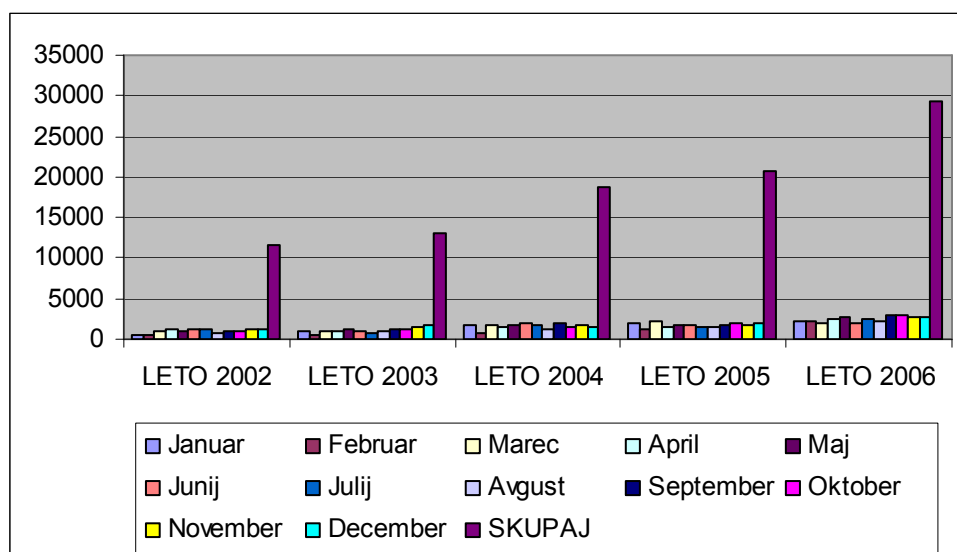
Vir: <http://www.simpss.si/images/tena-pants-katalog.jpg> - 21. 10. 2008

| MESEC     | LETO 2002 | LETO 2003 | LETO 2004 | LETO 2005 | LETO 2006 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Januar    | 431       | 940       | 1689      | 2056      | 2180      |
| Februar   | 486       | 607       | 718       | 1180      | 2310      |
| Marec     | 882       | 944       | 1614      | 2248      | 1952      |
| April     | 1123      | 1035      | 1503      | 1530      | 2378      |
| Maj       | 1108      | 1247      | 1605      | 1664      | 2590      |
| Junij     | 1170      | 884       | 2078      | 1713      | 2002      |
| Julij     | 1164      | 721       | 1737      | 1446      | 2475      |
| Avgust    | 767       | 946       | 1271      | 1497      | 2172      |
| September | 910       | 1121      | 1902      | 1840      | 2928      |
| Oktober   | 1036      | 1256      | 1496      | 1930      | 2978      |
| November  | 1115      | 1587      | 1606      | 1632      | 2701      |
| December  | 1333      | 1695      | 1518      | 1964      | 2677      |
| SKUPAJ    | 11525     | 12983     | 18737     | 20700     | 29343     |

Količine so izražene v zavitkih.

Tabela 5: Prodaja plen in hlačnih predlog od leta 2002 do leta 2006

Vir: Dokumentacija podjetja Diafit d.o.o.



Graf 4: Prodaja plenic in hlačnih predlog od leta 2002 do leta 2006

Pri analizi prodaje hlačnih predlog in plenic prav tako ugotavljam velik porast. Menim, da je vzrok za porast svetovanje ob izdaji oziroma prodaji. Ljudem, ki ta material iščejo prvič, moramo nujno predstaviti in razložiti, kaj vse za reševanje njihovega problema obstaja. S stranko se umaknemo od ostalih, ker je to dokaj intimna zadeva. Pokažemo jim različne velikosti in z njo povezane vpojnosti, oblike in cenovne razrede zelenega izdelka. Nekomu, ki je priklenjen na posteljo, svetujemo plenice, medtem ko tistim, ki so mobilni, svetujemo posebne hlačke, da se lažje gibljejo.

Bolniki, ki so s svetovanjem zadovoljni, to radi povedo svojim znancem in pa zdravniku, ki jim te pripomočke predpisuje.

Pripomočke za inkontinenco iščejo pretežno starejši ljudje. Do nas nemalokrat pridejo z avtobusom. Če jim zdravnik predpiše plenice za obdobje treh mesecev, dobijo npr. 14 zavitkov plenic. To je vsekakor preveč za nekoga, ki se vozi z avtobusom. Zato imamo v našem podjetju tudi dostavo pripomočkov na dom, kar je našim strankam v veliko pomoč.

## 6.5 Analiza prodaje ortoz in pripomočkov za hojo

Ortoze so mehanski pripomočki, ki s pomočjo zunanjih sil varujejo, popravljajo in izboljšujejo gibalne funkcije. Včasih je bila večina ortoz izdelana iz kovine in usnja, danes so pa pripomočki vse pogostejše izdelani iz visoko in nizkotemperaturnih plastičnih materialov, ki kože ne dražijo, odporni so na vodo, urin in znoj. Umivamo jih z blagimi čistilnimi sredstvi (Štefančič, Osnove fizikalne medicine in rehabilitacije gibalnega sistema, 2003).



Slika 6: Ortoze

Vir: [http://www.medprotect.si/img/vratna\\_ortoz\\_a\\_C3.jpg](http://www.medprotect.si/img/vratna_ortoz_a_C3.jpg) -21. 10. 2008

<http://www.star2000.si/images/TLM1.jpg> - 21. 10. 2008

[http://www.galco.si/gk\\_images/th/ORTOZaZA%20HALLUXVALGUS.jpg](http://www.galco.si/gk_images/th/ORTOZaZA%20HALLUXVALGUS.jpg)

- 21. 10. 2008

Pripomočki za hojo so sprehajalne palice, bergle in hodulje. Sprehajalne palice in bergle so iz različnih materialov s primernimi nastavki proti drsenju. Z oporo ljudem razbremenijo spodnji ud na nasprotni strani. Najbolj razširjen pripomoček za hojo so bergle. Indikacije so lahko začasne – zlom, zvin ali pa trajne – paraliza, amputacija. Hodulje ljudem nudijo večjo stabilnost in se uporabljajo takrat, ko še ne obvladajo hoje z berglami. Poznamo hodulje brez, z dvema ali s štirimi kolesi ter hodulje s podpazdušnimi oporami.



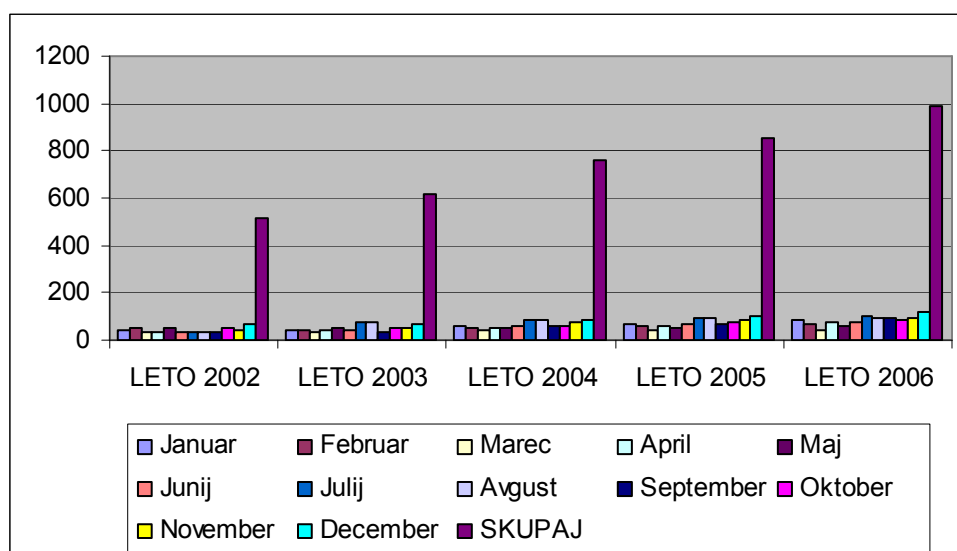
Slika 7: Pripomočki za hojo – levo bergla, desno hodulja

Vir: <http://www.cri.si/PRIPOMOCKI/slike/W2020001004.jpg> - 21. 10. 2008

| MESEC     | LETO 2002 | LETO 2003 | LETO 2004 | LETO 2005 | LETO 2006 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Januar    | 40        | 42        | 60        | 65,5      | 87        |
| Februar   | 50        | 46        | 53,5      | 58        | 69        |
| Marec     | 36,5      | 33,5      | 39        | 40,5      | 41        |
| April     | 33,5      | 40        | 52        | 57        | 76        |
| Maj       | 50,5      | 51        | 48,5      | 54,5      | 59        |
| Junij     | 36,5      | 46        | 61        | 65        | 75        |
| Julij     | 37        | 79,5      | 81        | 93        | 99        |
| Avgust    | 32        | 79        | 83        | 92,5      | 96        |
| September | 37        | 32        | 56        | 70        | 90        |
| Oktober   | 52,5      | 49        | 63        | 72,5      | 81        |
| November  | 39        | 53        | 77,5      | 88        | 96        |
| December  | 70        | 69        | 84        | 99,5      | 116       |
| SKUPAJ    | 514,5     | 620       | 758,5     | 856       | 985       |

Količine so izražene v številu pripomočkov.

Tabela 6: Prodaja ortoz in pripomočkov za hojo od leta 2002 do leta 2006



Graf 5: Prodaja ortoz in pripomočkov za hojo od leta 2002 do leta 2006

Analiza prodaje ortoz in pripomočkov za hojo je zelo zanimiva zaradi mesečnega nihanja. Vsako leto znova opažam porast izdaje in prodaje omenjenih pripomočkov v določenih mesecih.

V zimskem času se prodaja poveča v mesecu decembru. Zadnja leta imamo takrat prvi sneg, posledično torej led na cestah in pločnikih. Več ljudi potrebuje bergle, določeni tudi ortoze pri zlomih roke ali noge. V naslednjih zimskih mesecih se izdaja malo umiri, lahko rečem, da smo ljudje že navajeni zime, ceste in pločnike pa očistijo. Izdaja nato naraste v zgodnjih spomladanskih dnevih, ko pridejo na cesto prvi motoristi. Vsako leto znova je največ prometnih nesreč motoristov v samem začetku sezone. Ob izdaji bergel in ortoz na naročilnico opažam, da so stranke pretežno mlajši ljudje.

Nato prodaja in izdaja ponovno narasteta v mesecu avgustu. Mesec avgust je pri nas znan po gnečah na cesti. Mnogo turistov se pelje čez našo državo. Pri izdaji na naročilnico veliko bergel in ortoz izdamo tujcem.

## ***6.6 Analiza prodaje lasulj in prsnih protez***

Lasulje in prsne proteze kot medicinski pripomoček izdajamo na naročilnico.

Prsne proteze so anatomsko oblikovane, da se bolje prilegajo telesu. Še pred desetimi leti so dojke skupaj s pod pazdušnimi bezgavkami v vsakem primeru odstranili v celoti. Zato so ženske potrebovale prsno protezo s t.i. podaljškom oziroma repkom, ki je zapolnil praznino pod pazduho. Danes so v uporabi predvsem prsne proteze trikotne oblike, ki pod pazduho več ne segajo.

Znanih je več vrst prsnih protez. Te so lahko delne (po delni operaciji dojke) ali normalne (po odstranitvi celotne dojke). Proteze so iz silikona, njihova teža je danes enaka teži lastne dojke.

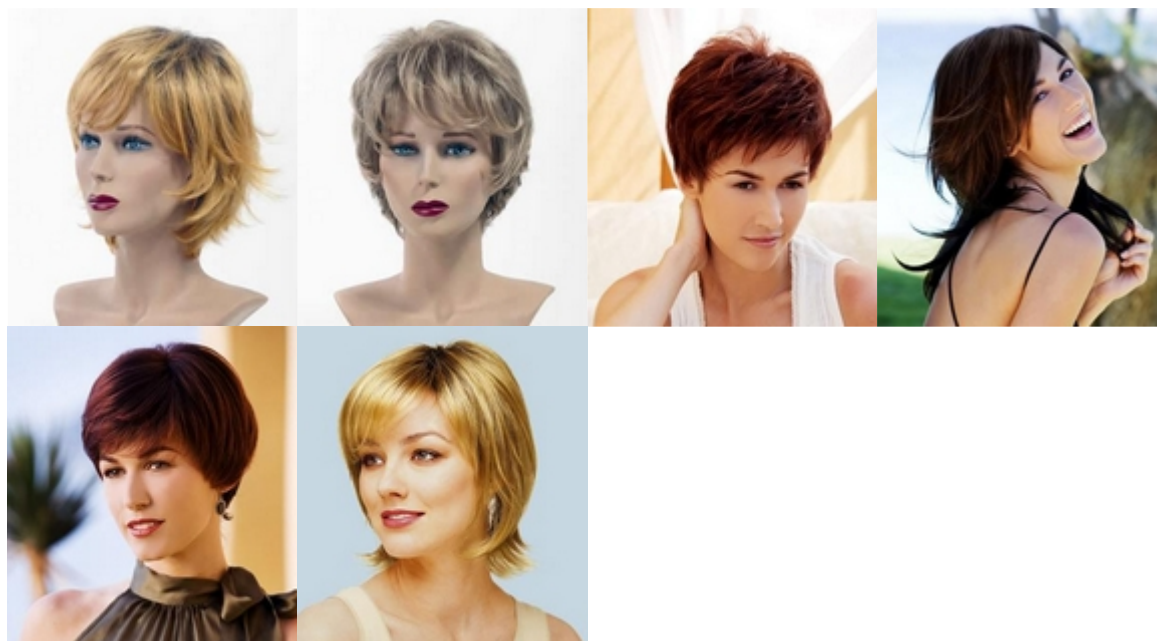


Slika 8: Prsna proteza

Vir: <http://www.amoena.com/si/Products/Breastforms/Essential/> - 21. 10. 2008



Lasulje so iz naravnih ali umetnih las. Večina žensk se odloči za lasuljo iz umetnih las, saj so te v današnjem času zelo kvalitetne in cenovno dostopne vsem.



Slika 9: Lasulje

Vir: <http://www.viktoria.si/> - 21. 10. 2008

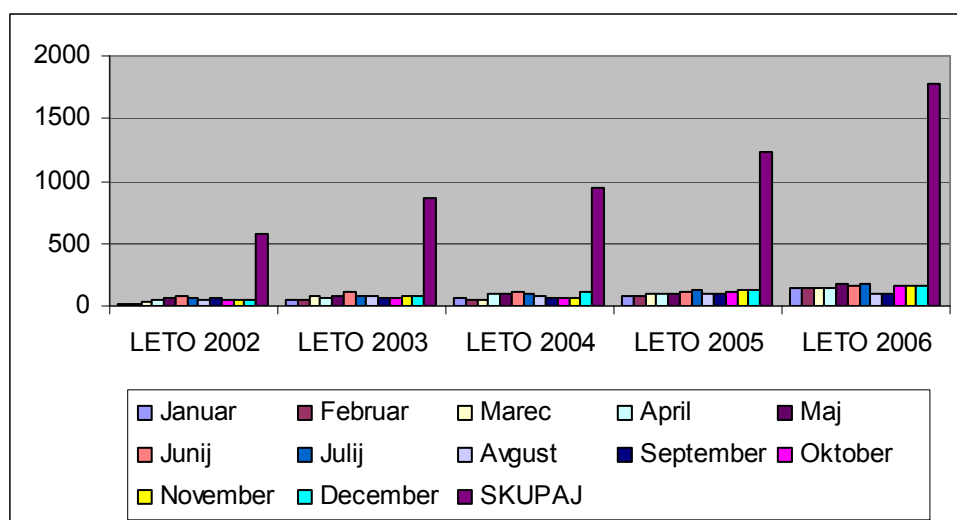
Za izdajo ali prodajo prsnih protez in lasulj je v trgovini potrebno imeti poseben prostor, kjer se ženske lahko slečejo in kjer jim lahko pokažemo, kako ravnati s prsno protezo in nedrčkom ter lasuljo.

| MESEC     | LETO 2002 | LETO 2003 | LETO 2004 | LETO 2005 | LETO 2006 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Januar    | 22        | 46        | 67        | 74        | 148       |
| Februar   | 19        | 52        | 52        | 77        | 149       |
| Marec     | 26        | 78        | 49        | 89        | 149       |
| April     | 44        | 72        | 103       | 90        | 137       |
| Maj       | 59        | 75        | 97        | 93        | 182       |
| Junij     | 79        | 106       | 120       | 111       | 159       |
| Julij     | 60        | 74        | 89        | 124       | 173       |
| Avgust    | 52        | 76        | 79        | 102       | 98        |
| September | 60        | 63        | 66        | 101       | 101       |
| Oktober   | 46        | 59        | 59        | 114       | 159       |
| November  | 54        | 88        | 63        | 123       | 162       |
| December  | 53        | 76        | 108       | 131       | 164       |
| SKUPAJ    | 574       | 865       | 952       | 1229      | 1781      |

Količine so izražene v kom.

Tabela 7: Prodaja lasulj in prsnih protez od leta 2002 do leta 2006

Vir: Dokumentacija podjetja Diafit d.o.o.



Graf 6: Prodaja lasulj in protez od leta 2002 do leta 2006

Prodaja lasulj in prsnih protez iz leta v leto narašča. Pri analizi te skupine pripomočkov ne zaznam opaznejših nihanj v različnih obdobjih leta.

Prepričana sem, da je razlog za rast prodaje lasulj in prsnih protez v osebju poslovalnice. Za izdajo lasulje in prsne proteze je treba v prvi vrsti imeti urejen prostor, kjer se ženska sleče, da lahko pripomočke pomerimo. Potrebno si je vzeti čas, se z ženskami počasi in s čutom pogovoriti. Nemalo je takih, ki se v ogledalu niti ne želijo ogledati. Naša naloga je, da jim skušamo pripomoček čimbolj približati. Za nekoga po kemoterapiji je pogovor odločilna stvar. Tako odidejo ženske iz naše poslovalnice veliko bolj samozavestne in nemalokrat z nasmeškom na obrazu. Potolažimo jih, jim svetujemo, podamo jim dragocene izkušnje drugih žensk, ki so prestajale podobne težave.

Tako zadovoljna stranka se bo rada vračala v isto prodajalno. Te ženske se srečujejo in se veliko družijo. Izmenjujejo izkušnje, med katere sodijo tudi izkušnje v prodajalnah, kamor gredo po lasulje, prsne proteze, ortopedske nadržke in kopalke. Ko nam kakšna nova stranka zaupa, da ji je znanka svetovala, naj gre k nam, tako sporočilo vedno znova sprejmemo kot dejstvo, da naš trud ni bil zaman. Prav tukaj vidim razlog za rast prodaje.

## 7 ZAKLJUČEK

V obravnavani poslovalnici z medicinskimi pripomočki sem zaposlena od leta 2001 kot medicinska sestra – prodajalka-svetovalka. Leta 2005 sem začela opravljati delo poslovodje. Z veseljem opravljam svoje delo, zato mi je priprava diplomske naloge predstavljala velik izziv.

Iz vsakdanje prakse vem, da naš promet raste, da imamo vedno več strank, nikoli pa nisem rasti prodaje opazovala s statističnega vidika.

Vsem zaposlenim v obravnavani poslovalnici gre pohvala, da se stranke vračajo ravno k nam. Gre za kontinuiran obisk – z naročilnico za plenice pridejo stranke vsake tri mesece. Takšne stranke so cilj naše poslovalnice, saj predstavljajo močno orožje v boju s konkurenco. Zadovoljstvo je zame oblika zvestobe, saj je stranka pripravljena ostati zvesta poslovalnici na dolgi rok. Zadovoljstvo s postrežbo in svetovanjem vpliva na nadaljnje nakupe in s tem na uspešnost poslovanja in na doseganje zastavljenih ciljev. Zavedam se, da se moramo s svojo ponudbo in strokovnostjo truditi, saj so kupci vedno bolj poučeni in zahtevni.

Naše stranke so pretežno starejši ljudje, zato moramo imeti včasih zaposlene veliko mero strpnosti in posluha. Veliko je strank, ki nam zaupajo tudi svoje osebne stvari, zato se pogosto ustavijo in nas pozdravijo tudi, če gredo le mimo naše poslovalnice, kar razumem kot pokazatelj, da se pri nas počutijo dobro ali celo domače.

Kot poslovodja poslovalnice si prizadevam, da se s strankami veliko pogovarjamo. V veliko pomoč mi je, če nam stranka v pogovoru zaupa, kaj pri nas pogoša in kaj ji je všeč, torej kritike in pohvale. Seveda se tudi zaposlene med seboj veliko pogovarjamo in si izmenjujemo informacije. Ko vidimo, da smo stranki v nečem ustregle, nam to daje le še dodaten elan, da naše stranke zadovoljimo.

Vedno sem vesela vsake nove ideje in vsakega predloga, kako naše poslovanje še izboljšati. Svoje sodelavke vedno spodbujam k razmišljanju. Svojim nadrejenim nato naše nove ideje in želje posredujem. Ti so nas vedno pripravljeni poslušati in ideje realizirati, zato tak pristop vsekakor pozdravljam. Posredujem jim seveda tudi naše težave, s katerimi se v trgovini vsakodnevno srečujemo.

Kot sem že povedala in tudi prikazala, promet v naši poslovalnici raste. Posledično je tudi veliko več dela. Tako raste tudi potreba po novi sodelavki. Najprej smo bile zaposlene štiri medicinske sestre – svetovalke-prodajalke, sedaj nas je pet. A je danes tudi to premalo.

Menim, da bi bilo potrebno zaposliti še eno sodelavko za krajši delovni čas – med 10. in 16. uro . Takrat je frekvenca ljudi iz bolnišnice največja. V tem času dobimo tudi največ naročenega materiala. Veliko je študentk medicine ali farmacije, ki bi želele še kaj dodatno zaslužiti.

Porajala pa se je tudi ideja o sodelovanju z ambulantami – tako tistimi s koncesijo kot samoplačniškimi, ki so locirane izven mesta ali so celo od tega precej oddaljene. Potrebovali bi človeka, ki bi te zdravnike in medicinske sestre obveščal o naši ponudbi in o novostih, ki jih ponujamo. Pred časom mi je noseča gospa namreč zastavila vprašanje. Svojo ginekologinjo je povprašala, kje naj nabavi nogavice za ožilje za nosečnice, pa njena ginekologinja ni vedela, kam jo usmeriti. V tem primeru sem ji svetovala jaz. Seveda sem naslednji dan odnesla letake v omenjeno ambulanto in čakalnico. Našo komercialistko na terenu sem prosila, da se z zdravnico iz te ambulante dogovori za krajšo predstavitev. Pogosto so namreč ljudje na podeželju na tem področju manj osveščeni, zato menim, da ena komercialistka na terenu za maloprodajo ne zadostuje.

Izboljšanje v poslovanju vidim tudi v boljšem in pogostejšem sodelovanju med maloprodajo in veleprodajo podjetja. Poglešam informacije in izkušnje, ki jih dobijo komercialisti na terenu, saj ti obiskujejo lekarne in trgovine z medicinskimi pripomočki po vsej Sloveniji. Nikoli niso odveč informacije o določenih artiklih iz vsakdanje prakse. Zanimive so tudi informacije, ki jih posreduje naš serviser za merilnike krvnega tlaka. Vsak nov aparat, ki ga

damo na police v naše poslovalnice, dodobra preuči in nam ga predstavi. Taka predstavitev artikla je nujna za kasnejše dobro prodajanje in svetovanje končnim uporabnikom.

## 8 UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

1. Dokumentacija podjetja Diafit d.o.o.
2. Ivanuša-Bezjak, Mirjana: Poslovanje, Maribor, Academia, 2003
3. Mihaljčič, Zlatko: Psihologija prodaje, Maribor, Academia, 2003
4. Potočnik, Vekoslav: Temelji trženja, Ljubljana, GV Založba, 2002
5. Pravilnik o medicinskih pripomočkih (Uradni list RS, št. 82/00, 6/02, 71/03 in 51/04)
6. Štefančič, Martin: Osnove fizikalne medicine in rehabilitacije gibalnega sistema, Ljubljana, DZS, 2003
7. Valcl, Alenka: Trženje, Maribor, Academia, 2004
8. Vzajemna, zdravstvena zavarovalnica, d.v.z.: Navodila za izvajanje zdravstvenih zavarovanj, Ljubljana, 2005
9. <http://www.sodobna-pedagogika>
10. <http://www.zzzs.si>
11. [http://med.over.net/za\\_bolnike/boleznikrvni\\_tlak.php](http://med.over.net/za_bolnike/boleznikrvni_tlak.php)
12. <http://www.s-sgt.ce.edus.si/aktivi/hrp/diabetes.pdf>
13. <http://www.diafit.si/tree.aspx?nodeid=42>
14. <http://www.diabeticpal.com/accuchek.jpg>
15. <http://www.medical-supplies-equipment-company.com/files/images/>
16. <http://www.simpss.si/images/tena-pants-katalog.jpg>
17. [http://www.medprotect.si/img/vratna\\_ortoza\\_C3.jpg](http://www.medprotect.si/img/vratna_ortoza_C3.jpg)
18. <http://www.star2000.si/images/TLM1.jpg>
19. [http://www.galco.si/gk\\_images/th/ORTOZaZA%20HALLUXVALGUS.jpg](http://www.galco.si/gk_images/th/ORTOZaZA%20HALLUXVALGUS.jpg)
20. <http://www.cri.si/PRIPOMOCKI/slike/W2020001004.jpg>
21. <http://www.amoena.com/si/Products/Breastforms/Essential/>
22. <http://www.viktoria.si/>