

plyty edyty	d:\ii pb\io\projekt\scen03.doc	
Autor: wojciech chybowski	Zmodyfikowany przez: wojciech chybowski	
Data utworzenia: 15 marca 1999	Data ostatniej modyfikacji: 15 marca 1999	Strona 1/1

Płyty Edyty

Znużona ciągłymi podróżami do Warszawy po swoje ulubione kompaktki Edyta R. postanowiła założyć własny sklep ze srebrzystymi krążkami. Interes ruszył nadspodziewanie dobrze i już po kilku miesiącach w sklepie, przez cały dzień, był duży ruch. Miało to, niestety, tę negatywną stronę, że wieczorem, miast słuchać swych ulubionych płyt, Edyta R. musiała przez kilka godzin uzupełniać księgi rachunkowe oraz przygotowywać korespondencję. A oto jak wygląda cała procedura zakupów i sprzedaży w sklepie *Płyty Edyty*:

Klienci dostają rachunek, na którym jest numer rachunku, data, wykaz tytułów, ilości i cen jednostkowych kupowanych płyt oraz sumaryczna kwota zakupu. Każda sprzedaż i każdy zakup płyt jest księgowany w księdze sprzedaży i zakupów, przy czym każda pozycja zawiera datę, numer porządkowy wewnątrz dnia, opis towaru (tytuł i wykonawca), ilość sztuk, numer rachunku, oraz odpowienie przychód (dla płyt sprzedawanych) i wydatek (dla płyt kupowanych). Dla każdego tytułu przechowywana jest informacja o ilości płyt w magazynie. Jeżeli ilość ta spadnie poniżej pewnej wartości progowej to Edyta zamawia płyty w jednej z hurtowni płytowych. Jeśli hurtownia nie ma danego tytułu, to Edyta kontaktuje się bezpośrednio z wytwórnią płytową. Jako pełna uroku (i uporu) businesswoman jest w stanie sprowadzić potrzebne jej płyty w ciągu tygodnia. Dlatego też wartością progową, przy spadku zapasów poniżej której Edyta zamawia płyty, jest średnia tygodniowa liczba sprzedanych egzemplarzy danego tytułu w ciągu ostatnich 4 miesięcy.

Mimo tych wszystkich starań o klienta czasami nie ma w sklepie tytułu poszukiwanego przez jakiegoś melomana. Może on wtedy złożyć zamówienie specjalne, wpłacić zaliczkę (żeby się nie rozmyślił), a Edyta zobowiązuje się do sprowadzenia danego tytułu w określonym czasie. Po sprowadzeniu nawet najbardziej egzotycznej płyty w sobie tylko znany sposób Edyta wysyła zawiadomienie do klienta.

Co 3 miesiące Edyta robi wielką przecenę i wyprzedaż niechodliwych płyt, tzn. tych, których w ciągu 6 miesięcy sprzedano mniej niż ustaloną wartość progową.

Jak na razie wszystko idzie bardzo dobrze i Edyta myśli o otwarciu filii w N., ale czuje, że jej firma powinna zostać z informatyzowana. Czy jej w tym pomożecie?