

В Эстонии с конца октября 2009 г. все аптеки и врачи имеют возможность работать с дигитальным (электронным) рецептом: выписывать лекарство или продавать на его основании медикамент. Дигитальный рецепт — это одна из четырех предназначенных для пациента общегосударственных электронных услуг e-tervis (дигитальная история здоровья, дигитальная регистратура, дигитальный снимок и дигитальный рецепт).

Дигитальный рецепт — это электронный лекарственный рецепт, который врач выписывает пациенту в компьютере. Дигитальный рецепт не распечатывается, а прямым из компьютера врача посылается по электронному каналу в центр рецептов. Центр рецептов — это основанная для выписывания и обработки рецептов (лекарства, детское питание) и карт медицинских устройств электронная база данных. Отправляясь в аптеку, человек больше не должен иметь при себе информацию на бумажном носителе. Вместо этого ему нужно иметь при себе подтверждающий личность документ с личным кодом и фотографией, например, ID-карту, водительские права или паспорт. Аптекарь с помощью личного кода пациента без труда найдет в центре рецептов всю необходимую ему информацию. В Латвии и Литве вопрос об использовании данной системы пока в процессе обсуждения, однако вероятнее всего, что она будет введена и станет популярна, так как это удобно как для пациента, так и врача.

При правильном использовании интернет-технологий аптекам можно укрепить свои конкурентные позиции, завоевать определенную часть рынка и добиться лояльности клиентов, которые с удовольствием готовы пользоваться тем, что делает их жизнь проще и экономит время.

*В. Стрельченко, д-р инж. наук  
Балтийская международная академия (Рига, Латвия)*

## **МОДИФИКАЦИЯ УЧЕТНОЙ БАЗЫ ДАННЫХ ФИРМЫ С ЦЕЛЬЮ ВНЕДРЕНИЯ CRM-ТЕХНОЛОГИИ**

CRM (customer relationship management) — система управления взаимоотношениями с потребителями, входит в повседневную практику любого организационного звена. Внедрение CRM-технологий определяется возможностями информационных систем, способных запоминать и отслеживать потребности многочисленных потребителей.

В соответствии с технологией CRM для розничных торговых операций требуются следующие данные:

Сведения, которые должен знать сервис-менеджер:

- безошибочное написание фамилии клиента;
- адрес и номер телефона клиента;
- верное произношение фамилии;
- правильный выбор титула перед фамилией.

Сведения, которые целесообразно иметь в виду:

- насколько добросовестно клиент соблюдал свои обязательства по оплате;
- давно ли он сотрудничает с фирмой;
- сколько представительств фирмы или членов семьи отвечают за размещение заказов — один или несколько;
- какие товары преимущественно покупает данный клиент;
- какова его последняя покупка;
- предъявлял ли клиент рекламации, и если да, то по поводу чего.

Сведения не для широкого пользования:

- возраст клиента;
- уровень его доходов;
- семейное положение и количество детей;
- уровень образования;
- отношение клиента и компании, ее продукции и сервисных услугах.

*А.И. Субботенко, ассистент  
БГЭУ (Минск)*

## **УСЛОВИЯ РАЦИОНАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ И КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО СЫРЬЯ**

Эффективность производства сахарной свеклы определяется множеством факторов: природно-климатическими; качеством почв и рельефом местности; степенью развития научно-технического прогресса; принятой технологией производства; степенью обоснованности ее размещения и производства; специализацией микрорзон, районов, сельскохозяйственных предприятий. В конечном счете она определяется затратами совокупного общественного труда на единицу продукции.

Научно обоснованное размещение и концентрация производства сельскохозяйственной продукции является объективной необходимостью, которая способствует повышению эффективности всего сельского хозяйства. Вместе с тем при размещении, специализации и концентрации сельскохозяйственного производства должны учитываться принципы, характеризующие их особенности. Во-первых, при одних и тех же затратах труда и средств в различных регионах в силу особенностей почв, климата, рельефа местности и других факторов достигается различный уровень эффективности производства сельскохозяйственных культур. Данное обстоятельство создает возможность повышать эффективность производства за счет размещения каждой культуры в регионах, хозяйствах, где имеются наиболее благоприятные условия для их возделывания. Во-вторых, отдельные продукты по своим свойствам требуют больших затрат на их перевозку и хранение, что и обусловли-