

УДК658.518.3

С.В. Шевченко, зав. кафедрой, канд. экон. наук
(Институт «Кадры индустрии», г. Минск);
Х.М. Юнис, соискатель (БГТУ, г. Минск)

**ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ВНЕДРЕНИИ
СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ОРГАНИЗАЦИЙ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ЛИВАНА**

Внедрение ИТ-технологий в организациях здравоохранения Ливана значительно повысило качество оказываемых услуг. Вместе с тем, в силу ряда причин использование в здравоохранении Ливана современных ИТ-технологий могло быть более эффективным.

Основной проблемой этого является недостаточная готовность всех заинтересованных сторон к интеграции своих баз данных, с одной стороны, из-за нежелания организаций здравоохранения предоставлять данные своим конкурентам, с другой – из-за опасений относительно соблюдения конфиденциальности данных в связи с отсутствием должной безопасности при предоставлении допуска к личной информации пациентов и данных, являющихся собственностью организаций. В результате проигрывают все, поскольку не удается создать единые файлы пациентов, в которых различные институты здравоохранения заполняли бы в привязке к пациенту результаты лабораторных тестов и иных обследований, выписанных пациенту рецептов и фактически приобретенных им лекарственных препаратов, результатов применения этих лекарств и т.д. Создание таких единых файлов пациентов на национальном уровне позволило бы существенно повысить качество медицинского обслуживания, организовать эффективный учет и мониторинг результативности оказываемых услуг, создать систему должного контроля в сфере здравоохранения.

Существуют и чисто технические трудности в реализации идеи единых файлов пациентов. Прежде всего, это отсутствие уникального идентификатора граждан в Ливанском обществе. Кроме того, в Ливане все еще существует проблема широкого применения автоматизированных электронных подписей, недостаточным является качество связи и интернета. Решение этих технических вопросов в значительной степени способствовало бы повышению эффективности использования ИТ-технологий в различных сферах жизни общества, в том числе в здравоохранении.

Внедрение информационных технологий в организациях здра-

воохранения требует и более эффективного применения стандартов качества. Требуется также проведение серьезной работы по стандартизации документов, заполнение которых в разных организациях обеспечивает поступление информации в единую базу данных. Только в этом случае возможно эффективное использование ИТ-инструментов.

УДК338.46

С.В. Шишло, доц., канд. экон. наук; М. М. Малеева, ассист.;
А.В. Реутская, магистрант (БГТУ, г. Минск)

СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

На сегодняшний день существуют десятки тысяч социальных сетей и сервисов: коммуникационные, новостные, профессиональные, графические, блоговые и многие другие.

В социальных сетях можно решить несколько важных задач: повысить известность компании, выделиться среди конкурентов, увеличить доверие и подвигнуть клиента на совершение покупки.

Туристический бизнес является нишей с высокой конкуренцией. Несмотря на это многие туристические компании ведут страницы в социальных сетях для галочки, и не заинтересованы в эффективности данной работы. Исходя из этого, возникает ряд специфических особенностей.

Медленная обратная связь может привести к тому, что клиент обратится к более быстрым конкурентам. Скорость важна, так как в туризме цены не стабильны, и часто зависят от скачков курсов валют. Или же недовольный турист оставит негативный комментарий. А это испортит имидж компании в глазах других пользователей.

Туристы зачастую подписаны на аккаунты нескольких туристических агентств. Небрендированный контент теряется во множестве фотографий, всплывающих в новостной ленте. Важно идентифицировать туристическое агентство и добавить в изображение элементы фирменного стиля.

Туристические компании, которые имеют несколько выгодных предложений для путешествий, помещают их в один пост и ставят на продвижение. Эта схема противоречит правилам Social Media Marketing, в которых эффективность продвижения заключается в том, что один пост – это одна мысль. Поэтому важно каждое предложение