
своих позиций на рынке. Социальная коммерция в узком смысле, это особый вид электронной коммерции, суть которой заключается в использовании социальных сетей для осуществления электронной торговли [1].

Для того чтобы использование социальных сетей в бизнесе обеспечивало компании дополнительное конкурентное преимущество, следует придерживаться определенных правил. Во-первых, компания должна выполнять условия акций, о которых она сообщает посредством социальных сетей. Во-вторых, компания должна привлекать «фолловеров» или «друзей» и мотивировать их рассказывать о компании, в свою очередь, их «фолловерам» и «друзьям». В-третьих, в компании должны быть специально обученные люди, которые занимаются социальной коммерцией. На страницах компании в социальной сети должны быть прямые ответы на интересующие пользователей вопросы. Такое личное взаимодействие обеспечит доверительные отношения с клиентами, позволит потребителям ощутить свою значимость. В-четвертых, компания должна отвечать за качество своей продукции или услуги. Менеджерам следует помнить, что один недовольный покупатель может погубить репутацию компании с помощью все тех же социальных сетей. Вместе с тем, потребители сами могут подсказать интересные идеи, которые помогут развиваться бизнесу компании. Прислушиваться к клиенту и давать ему то, что он хочет, не нарушая идеологию компании, – это важный критерий успеха.

Простота и удобство использования странички предприятия, с одной стороны, обеспечивается тем, что пользователь, как правило, знаком с интерфейсом, вследствие наличия у него собственной страницы в социальной сети. С другой стороны, информация на странице предприятия должна быть доступной и наглядной, поскольку потенциальных клиентов, в первую очередь, интересует суть, а не длинные статьи о том, чего добилась компания за год, как она уверенно чувствует себя на рынке и т.п.

Воспользоваться социальными сетями для получения дополнительного конкурентного преимущества могут разные предприятия: мелкие и крупные, компании, занимающиеся только электронной коммерцией, или предприятия реального сектора [2]. Поскольку западный опыт может быть адаптирован к особенностям ведения бизнеса любой страны, то предприятия Республики Беларусь также могут взять его на вооружение.

Социальные сети дарят предприятиям и организациям бесплатную платформу, благодаря которой они могут повысить свою конкурентоспособность. Главное в этом случае – ее грамотное использование, ведь при помощи социальных сетей можно как помочь бизнесу, так и нанести урон его репутации.

Литература

1. The Big Idea Behind Social Commerce / S. Decker // iMedia Connection Connecting Marketing Community [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://www.imediainconnection.com/content/15372.asp>. – Дата доступа: 15.03.2012.
2. Putting Social Commerce to Work / D. Evans // ClickZ Marketing News and Expert Advice [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: <http://www.clickz.com/clickz/column/1715346/putting-social-commerce-work>. – Дата доступа: 27.02.2012.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГОЛОГРАФИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

М.В. Юрченко

БГЭУ, ф-т МЭО, студентка 2-го курса

В.А. Беленкова

БГЭУ, ф-т МЭО, студентка 2-го курса

*Научный руководитель: Т.А. Ткалич,
к.ф.-м.н., доцент*

Голография – одно из наиболее значительных достижений современной науки и техники. Голограммы обладают уникальным свойством восстанавливать полноценное объемное изображение реальных предметов. Таким образом, цель нашей работы – исследование голографических технологий и изучение их использования в различных отраслях. В данной работе мы перечислили некоторые возможные применения таких технологий, проанализировали их проблемы и перспективы развития, рассмотрели использование голографии в Республике Беларусь.

В настоящее время голография используется при создании технологии хранения данных, для наглядного представления и защиты информации. Голография наиболее применима в медицине, рекламе, в цифровой индустрии, при изготовлении цифровых дисплеев и др. [1].

В медицине известно применение изобразительной аналоговой голографии, цифровой голографии, создание трехмерных дисплеев, осуществляющих прямой вывод трехмерного изображения, рассчитанного компьютером. Технология голографии может быть использована в иллюстративно-учебных материалах, атласах в объемном исполнении [2].

Что касается рекламы, здесь наибольшее распространение получила видео-голограмма Transscreen™. Голограмму можно использовать как альтернативный способ отображения информации рекламных роликов в кинотеатрах, кафе и клубах, где есть места с частичным затемнением. Она может заинтересовать различные компании, которые ищут новые, нестандартные способы продвижения своих брендов [3].

Сегодня на мировом рынке уже присутствуют, либо готовятся его покорять, различные системы 3D-изображения. В Беларуси голографическим бизнесом занимается 8 государственных предприятий. В стране он развивается в двух направлениях. Это создание голографических копий художественных и исторических памятников, а также новых произведений искусства, и нанесение голографических изображений с целью защиты от подделок. Беларусь обеспечивает акцизными марками все предприятия, реализующие продукцию на территории Беларуси, разработчики занимаются защитой ценных бумаг и драгоценных металлов от подделок. Эти технологии активно идут на экспорт. Исследованием использования голографии занимаются ученые Национальной академии наук. Развитие данной технологической отрасли является очень перспективным [4].

Таким образом, оптический обман сегодня достаточно прибыльный бизнес. Технологии формирования трехмерных голограмм ожидаемы и грандами электронной индустрии, и научными коллективами, и частными пользователями, желающими еще большего реализма в видео и играх.

Литература

1. ЗАО «Голографическая индустрия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://holography.by/infocenter/news/2009/175/>. – Дата доступа: 20.03.2012.
2. «Системные технологии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.st.by/rus/products/> – Дата доступа: 20.03.2012.
3. «Голографические карты» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://techno.bigmir.net/video/1504932-Golograficheskie-karty-demonstrirujut-nastojacshee-3D/> Дата доступа: 20.03.2012.
4. Информационное агентство «Интерфакс-Запад» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.by/article/84503> – Дата доступа: 20.03.2012.