

С.С. Ткачова, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
В.М. Палій, викл. (*ЛАК, Липковатівка*)

НОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ БІЗНЕСОМ

У теперішній діяльності суб'єктів бізнесу важливими є дві складові: реальна та віртуальна. Завдяки використанню сучасних інформаційних технологій віртуальна складова характеризується як більш динамічна, прогресивна та перспективна. Внесок віртуальної складової в ефективність управління бізнесом стає вагомим. Найбільш розповсюдженим візуальним елементом віртуальної складової є сайт суб'єкта бізнесу, який вимагає постійного удосконалення. Експерти визначають найбільш розповсюджені помилки під час створення та функціонування сайтів суб'єктів: відсутність фотогалереї; недостатній обсяг інформації; обмеженість дій користувача сайту щодо формування замовлень тощо.

Одним з найефективніших та найпереконливіших інноваційних засобів представлення інформації на сайті є віртуальний тур – спосіб реалістичного відображення двох- або тривимірного багатоелементного простору на екрані. Суб'єкти бізнесу, що використовують віртуальні тури, сприймаються як лідери, з якими престижно співпрацювати.

Вивчення чисельних публікацій в мережі Інтернет дозволили визначити віртуальний тур як певну шаблону еволюції розвитку програмних продуктів. Плоска панорама – це панорама в формі умовного циліндру без верхньої та нижньої частин, яка показує приміщення з круговим оглядом. Сферична панорама – панорама в формі сфери або куба, яка створює ефект присутності в центрі зображення та забезпечує повний огляд об'єкту. Віртуальний тур є загальним визначенням для декількох об'єднаних панорам, між якими в процесі перегляду можна віртуально переміщуватися.

Найбільш розповсюдженими для суб'єктів сфери послуг є віртуальні сферичні тури в форматі 3D. Елементами таких турів, як правило, є сферичні панорами, з'єднані між собою інтерактивними посиланнями-переходами. До складу віртуальних турів часто включають плоскі панорами, а також: фонову музику; ефект звукової присутності у кожному приміщенні; меню переходу та управління; інформацію про об'єкт; час роботи; відео-роліки; варіанти освітлення приміщень; інтерактивні посилання; інтерактивні мапи приміщень та місцевості; мультимедійні спеціальні ефекти; міні-підказки по навігації тощо. Є можливість здійснення онлайн-бронювання послуг.

Експерти та фахівці сфери сучасних інформаційних технологій визначають переваги віртуальних турів у порівнянні з фото- та відео поданням інформації. Переваги віртуальних турів у порівнянні з фото: краща інформативність; найбільш повний огляд у порівнянні зі звичайним фото (360 градусів у горизонтальному напрямі, 180 – у вертикальному); відображення повного обсягу простору; найповніше відтворення перспективи, взаємного розміщення об'єктів і предметів у просторі; повне занурення у простір; створення уявлення про реальні площі приміщень. У порівнянні з відео віртуальні тури: займають значно менший обсяг пам'яті; забезпечують високу якість зображення; не обмежені в часі перегляду; мають кращу інтерактивність. Для демонстрації віртуальних турів у мережі Інтернет передовим форматом у теперішній час є Flash формат, широка розповсюдженість якого гарантує доступність огляду більшості користувачів мережі Інтернет. Крім того, існує можливість захисту віртуального тура шляхом приєднання його до сайту суб'єкту бізнесу. Віртуальні тури виконують ознайомчу, іміджеву, рекламну та утилітарну функції. Віртуальні тури забезпечують для споживачів: можливість детального ознайомлення з просторовими, технічними ресурсами суб'єкта бізнесу; з методами та формами виробництва і обслуговування; з можливостями надання додаткових послуг; можливість моделювання організації обслуговування; можливість порівняння декількох суб'єктів бізнесу та обрання оптимального варіанту. Ознайомлення зі змістом віртуальних турів багатьох суб'єктів бізнесу України дозволило зробити висновок про те, що в них, в основному, відображено інтер'єр приміщень для споживачів. Споживачам також цікаво ознайомитись з виробничими приміщеннями, обладнанням, що використовується; познайомитись з персоналом підприємства, переконатися у наявності високого рівня кваліфікації персоналу тощо.

Отже, віртуальні тури – це дієвий інструмент сучасного менеджменту, завдяки якому суб'єкт бізнесу може вирішити широкий спектр завдань: збільшити обсяги продажів; розширити цільову аудиторію за рахунок збільшення кількості вітчизняних та закордонних споживачів; розширити коло ділових зв'язків у зовнішньому середовищі; продемонструвати наявний рівень конкурентоспроможності суб'єкту; підвищити популярність торговельної марки, бренду; забезпечити широке інформування споживачів через відвідування сайту; забезпечити впровадження дистанційного управління споживачами сервісом шляхом використання засобів мобільного зв'язку тощо.