

С.С. Ткачова, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

О.М. Шаранова, доц. (ХДУХТ, Харків)

ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ТУРІВ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНИХ ДИСЦИПЛІН ІЗ МЕНЕДЖМЕНТУ

Досвід викладання професійно-орієнтованих дисциплін з менеджменту, таких як: «Операційні системи і технології в торгівлі та ресторанному господарстві», «Операційний менеджмент», «Офісний менеджмент», «Менеджмент торгівлі та ресторанного господарства» свідчить про ефективність використання віртуальних турів під час проведення практичних занять, а також для самостійної та індивідуальної роботи студентів. Суб'єкти бізнесу, що використовують віртуальні тури, сприймаються сьогодні зовнішнім середовищем як лідери, з якими престижно співпрацювати.

Віртуальний тур – це спосіб реалістичного відображення двох- або трьохвимірного багатоелементного простору на екрані; є загальним визначенням для декількох об'єднаних панорам, між якими в процесі перегляду можна віртуально переміщуватися. Найбільш розповсюдженими у ресторанному бізнесі та торгівлі 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.

Віртуальні тури мають суттєві переваги у порівнянні з фото- та відео поданням інформації. Так, у порівнянні з фото, віртуальні тури мають такі характеристики: 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.

Віртуальні тури виконують ознайомчу, іміджеву, рекламну та утилітарну функції. Більш широкі можливості ознайомлення користувачів мережі Інтернет з суб'єктами ресторанного та торговельного бізнесу забезпечить розміщення інформації про суб'єкт, а також віртуального туру на ресторанных та торговельних порталах. У закордонній практиці є приклади створення єдиної бази – Інтернет-каталогів, в яких суб'єкти бізнесу розміщують віртуальні тури.

Віртуальний тур – це могутній інформаційний інструмент, завдяки якому суб'єкт ресторанного та торговельного 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 ресторанним та торговельним сервісом шляхом використання засобів мобільного зв'язку тощо.

Отже, під час вивчення професійно-орієнтованих дисциплін з менеджменту, віртуальні тури суб'єктів ресторанного та торговельного бізнесу забезпечують: можливість детального ознайомлення з просторовими, технічними ресурсами; з методами та формами обслуговування; з можливостями надання додаткових послуг; можливість моделювання організації обслуговування; можливість порівняння декількох суб'єктів та визначення більш конкурентоспроможного; можливість розробки управлінських рішень для удосконалення та розвитку операційної діяльності суб'єктів бізнесу тощо. Віртуальні тури є засобом вивчення передового досвіду функціонування та розвитку суб'єктів ресторанного та торговельного бізнесу без будь-яких географічних обмежень. За нашим переконанням, віртуальні тури також доцільно використовувати під час проведення практик, виконання студентами курсових і випускних робіт.