

ВЛИЯНИЕ VR НА РАЗВИТИЕ СФЕРЫ БИЗНЕСА

Панько А.А., Гринько А.В.

*Учреждение образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»
филиал «Минский радиотехнический колледж»
г. Минск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель: Сальникова Е.А. – преподаватель первой категории дисциплин
общепрофессионального и специального циклов*

Аннотация. Жить в технологическую эпоху означает наблюдать, как новые технологии внедряются в повседневную жизнь. Принятие виртуальной реальности произошло настолько естественно и быстро, что сегодня почти каждая отрасль пользуется преимуществами ее использования. Владельцы бизнеса внедряют решения виртуальной реальности, чтобы завоевать мировой рынок.

Ключевые слова: виртуальная реальность, технология

Введение. Взрыв виртуальной реальности (VR) – это начало прогрессивной эры с новыми релизами и инновациями. Он стал жизненно важной частью каждого сектора, от общества до образования, отмечая свое влияние на каждую отрасль. На сегодняшний день около 171 миллиона человек используют технологию виртуальной реальности.

Эта передовая технология обладает способностью испытывать современный и реальный мир практически. Речь идет впечатляющей визуализации виртуального мира. С модернизациями и улучшениями эта технология правит миром. Виртуальный мир предоставляет множество возможностей для предприятий в изучении новых маркетинговых идей и стратегий. Его растущий спрос широко повлиял на сектор бизнеса [1].

Технология VR уже широко используется предприятиями, революционизирует многие процессы бизнеса. Это одна из причин, почему услуги по разработке VR стали такими востребованными.

Основная часть. Чтобы полностью понять роль VR в деловом мире, следует разобрать влияние технологий виртуальной реальности на различные сферы жизни человека.

Влияние технологий виртуальной реальности на обучение сотрудников. Это позволяет передать сотрудникам необходимые навыки, процедуры и знания в любом месте и в любое время. Обучающие симуляции могут включать все оборудование и механизмы, участвующие в рабочих процессах, а иногда и управляемые компьютером персонажи, с которыми вы взаимодействуете. Обучение VR поможет сократить расходы на учебное оборудование и сделать образование сотрудников максимально безопасным и универсальным. VR может выполнять многие бизнес-задачи, некоторые из которых так же малы, как продажа, а другие в масштабе реструктуризации организации. Когда эта технология используется в обучении сотрудников, это может полностью заменить лекции и практические занятия с назначенными тренерами. Использование виртуальных решений помогает снизить риски, которым подвергаются работники, что очень удобно с точки зрения подготовки сотрудников к масштабной работе в команде над большими проектами. Большинство корпоративных приложений VR имитируют десятки, если не сотни рабочих ситуаций, что решает проблему длительной разработки без эффективной структуры. [3]

Технология виртуальной реальности как инструмент разработки. 3D-модели и проекты обычно используются при разработке продуктов и процессов, но VR добавляет к ним еще один уровень погружения и реализма. Это позволяет дать предмету полное визуальное описание и как он будет функционировать в реалистичной среде, взаимодействовать с ним. Пользователь также может создавать различные части и элементы внутри приложения. Бесконечные углы обзора и потенциально огромный размер цифрового контента – это сильные

стороны, которые просто невозможно получить, работая на бумаге или стандартном 3D-программном обеспечении.

VR в сфере презентации и продажи продуктов. Использование технологий виртуальной реальности в бизнесе – это способ настроить уникальные взаимодействия между потребителями и продуктом. Некоторые бренды внедрили конфигуратор продуктов VR на своем веб-сайте, который позволяет клиентам создавать свои собственные сборки и дизайн продукта вблизи. Уровень погружения, обеспечиваемый VR, может устранить или уменьшить необходимость демонстрации продукта в физической форме – потребители получают полезные взаимодействия в цифровом виде. [2]

Виртуальные 3D-потоки предоставляют гораздо больше полезной информации, чем любой звонок или конференция. Некоторые компании используют встречи виртуальной реальности для имитации рабочей среды, когда многие сотрудники отсутствуют или не могут присутствовать лично по другим причинам. Иногда человек, носящий гарнитуру VR, берет на себя подчиненную роль, а другой человек на другом конце потока видит видео со своей гарнитуры и направляет свои действия звуковыми или визуальными командами.

Технологии VR при взаимодействии с потребителями. Иногда приложение виртуальной реальности предлагается как часть заботы компании и обслуживания клиента. Некоторые клиенты могут использовать виртуальные туры для изучения места, которое они могут посетить, купить или арендовать. Другой пример – когда VR помогает им достичь целей в области здоровья и жизни, включая образование и реабилитацию. Многие компании работают над таким решением, разрабатывая приложение для реабилитации разных частей тела для пациентов, у которых был ограниченный диапазон движения и возможностей. Уровень погружения, обеспечиваемый VR, может устранить или уменьшить необходимость демонстрации продукта в физической форме – потребители получают полезные взаимодействия в цифровом виде [3].

Полное понимание ценности VR для бизнеса может продемонстрировать и доказать практическое использование технологии мировыми брендами и корпорациями.

Ford – автомобилестроительная компания. Известный автопроизводитель Ford создает новые конструкции автомобилей в VR. Этот подход был реализован, чтобы позволить специалистам работать из дома в эпоху Covid.

Verizon – телекоммуникационная компания. Verizon обучает новых сотрудников VR, имитируя как операции технического обслуживания, так и взаимодействия с клиентами. В одной из симуляций они устанавливают оптоволоконные кабели и ремонтируют сетевые терминалы.

Royal Dutch Shell – нефтегазовая компания. Shell использует опыт VR в течение многих лет. Работники используют технологию, чтобы отправиться в цифровые полевые поездки и узнать, как работают различные формы оборудования. Это также помогает узнать, как реагировать на чрезвычайные ситуации, такие как утечки нефти и взрывы.

John Deere – машиностроительная компания. John Deere использует VR в качестве инструмента презентации, чтобы продемонстрировать свою новую модель трактора и то, как он работает. Они также используют его в качестве инструмента для разработки новых моделей тракторов.

Ikea – производственно-розничная торговая группа. Ikea использует VR в качестве инструмента визуализации, который может быть использован как клиентами, так и сотрудниками. Приложения, которые они тестируют, покажут определенные предметы мебели внутри комнаты.

United Parcel Service – экспресс-доставка и логистика.

UPS обучает водителей надлежащим процедурам безопасности с помощью специального приложения VR. Он моделирует различные дорожные опасности и отслеживает, как водители реагируют на эти ситуации.

Facebook – крупнейшая социальная сеть в мире. Facebook использует VR в качестве инструмента совместной работы для сотрудников. Их приложение «Horizon» имеет виртуальный мир для работы, развлечений и исследований. Компания делает большие ставки на технологию, а генеральный директор Марк Цукерберг объявляет о планируемом создании цифровой метавселенной. [4]

Таким образом, одной из преобладающих тем здесь является обучение. Это невероятно популярный вариант использования и тот, который универсально полезен в бесчисленных областях и направлениях работы.

Заключение. Виртуальная реальность дает начало прогрессивной эры с новыми релизами и инновациями. Основываясь на теоретических знаниях и опыте компаний, которые внедрили решения VR или предложили их своим клиентам, преимущества виртуальной реальности для бизнеса включают: улучшение вовлеченности и знания работников, получение ценных навыков на рабочем месте. Технология предоставляет новаторский способ демонстрации услуг и создание творческой среды, где можно тестировать новые идеи. Также использование этой технологии является ценным справочным инструментом для планирования работы.

Таким образом, практически любой процесс, который может быть выполнен в физическом мире – а значит и в бизнесе – может смоделировать VR. Использование виртуальной реальности определит верхние позиции на технологическом уровне и привлечет внимание аудитории. [1]

Список литературы

1. Джереми Далтон. Проверка реальности: как иммерсивные технологии могут трансформировать ваш бизнес [пер. с англ.]. – 2021. – С. 238.
2. Джарон Ланье. Рассвет нового всего: путешествие по виртуальной реальности [пер. с англ.]. – 2015. – С. 152.
3. Кэти Хакл, Джон Бузелл. Дополненная рабочая сила: как искусственный интеллект, дополненная реальность повлияет на каждый ваш доллар [пер. с англ.]. – 2009 – С. 509.
4. Джереми Бейленсон. Опыт по требованию: что такое виртуальная реальность, как она работает и что она может сделать? [пер. с англ.]. – 2021. – С. 257.

UDC 004.946

THE IMPACT OF VIRTUAL REALITY ON BUSINESS DEVELOPMENT

Panko A.A., Grinko A.V.

*Educational Institution "Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics" branch
"Minsk Radio Engineering College"
Minsk, Republic of Belarus*

Salnikova E.A. – teacher of the first category of disciplines of general professional and special cycles

Annotation. Living in the technological era means watching how new technologies are introduced into everyday life. The adoption of virtual reality has happened so naturally and quickly that today almost every industry enjoys the benefits of using it. Business owners are implementing virtual reality solutions to conquer the global market.

Keywords. virtual reality, technology