

ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Коваль Є.І.

**здобувачка вищої освіти факультету менеджменту,
Миколаївський національний аграрний університет
Науковий керівник – Олійник Т. Г.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет**

Постановка проблеми. Віртуальна реальність стрімко розвивається, залучаючи до такого розвитку все більше підприємств. Протягом багатьох років швидке зростання віртуальної реальності поширилося по всьому світу та спонукало багато глобальних підприємств інвестувати в розробку продуктів. Нові режими роботи, такі як перехід від віртуального до реального, віртуальне поєднання з реальним, віртуально-реальна цінність та інші нові види діяльності, сприяють створенню диверсифікованих бізнес-можливостей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання застосування віртуальних технологій на підприємствах досліджують Н. Голіонко, А. Островська [1], О. Малярський, В. Ратинський, Р. Шерстюк [2] та ін.

Мета та завдання дослідження. Розглянути віртуальну реальність як складову конкурентоспроможності сучасного підприємства. Основні завдання - виділити основні напрямки використання віртуальної реальності у бізнес-середовищі, розробити рекомендації щодо впровадження VR-технологій на підприємствах з урахуванням його специфіки та стратегічних цілей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Віртуальна реальність – це технологія, яка дозволяє користувачеві занурюватися у штучний світ і безпосередньо діяти в ньому за допомогою спеціальних сенсорних пристроїв, які пов'язують їхні рухи з аудіовізуальними ефектами. За великим рахунком, це людино-машинний інтерфейс нового покоління, який найбільш ефективно використовується при роботі з тривимірною інформацією. При цьому зорові, слухові, тактильні і рухові відчуття користувача замінюються їх імітацією, що генерується комп'ютером. Характерними рисами віртуальної реальності є

моделювання в реальному часі, імітація навколишнього середовища з високим ступенем реалістичності, а також можливість впливати на оточення і мати зворотний зв'язок [2].

У сучасному суспільстві підприємства активно використовують віртуальну реальність у різних сферах своєї діяльності, створюючи нові можливості для вдосконалення бізнес-процесів та підвищення ефективності.

Однією з головних можливостей віртуальної реальності для бізнесу є покращення освіти та навчання. Багато підприємств уже використовують віртуальну реальність для навчання своїх співробітників, створюючи захоплюючі навчальні модулі, які дозволяють співробітникам отримати практичні навички в безпечному віртуальному середовищі. Наприклад, працівники виробничих підприємств можуть попрактикуватися в безпечній та ефективній роботі з обладнанням [3].

Крім того, віртуальна реальність надає нові можливості для маркетингу та продажів. Наприклад, компанії можуть створювати віртуальні тури по своїх об'єктах, підприємствах, дозволяючи потенційним клієнтам буквально «зануритися» в пропонований продукт або послугу. Це дозволяє клієнтам повніше оцінювати пропозиції компанії та приймати зважені рішення про покупку.

Крім того, віртуальна реальність також надає можливості для проектування та створення нових продуктів. Наприклад, архітектори та дизайнери використовують віртуальну реальність для створення віртуальних прототипів будівель, інтер'єрів, що дозволяє їм та клієнтам більш повно уявити майбутній результат та внести зміни на ранніх етапах розробки.

Дослідження показують, що компанії, які активно використовують віртуальну реальність, мають конкурентну перевагу у своїй галузі. При цьому творці як програмного, так і апаратного забезпечення можуть розраховувати на великий сегмент ринку інформаційних технологій, оскільки можуть істотно підвищити якість і знизити витрати, що буде затребуване навіть в умовах кризи [1].

Висновки. Віртуальна реальність відкриває нові можливості для бізнесу, надаючи широкий спектр інструментів для навчання, дизайну та продажів. Компанії, які активно використовують віртуальну реальність, можуть розраховувати на підвищення ефективності бізнес-процесів, зниження витрат на навчання, розробку нових продуктів і підвищення конкурентоспроможності на ринку. У результаті використання віртуальної реальності стає необхідним інструментом для компаній, які прагнуть випередити своїх конкурентів.

Список використаних джерел

1. Голіонко Н.Г., Островська А.М. Віртуальні технології як передумова розвитку конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2020/71.pdf (дата звернення: 30.09.2024).

2. Ратинський В., Шерстюк Р., Малярський О. Перспективи використання віртуальної та доповненої реальності для підприємств сфери послуг. Соціально-економічні проблеми і держава. 2024. Вип. 1. С. 169-176.

3. Як підприємства використовують VR для навчання. URL: <https://medium.com/temy-ukraine/%D1%8F%D0%BA-%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0-%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C-vr-%D0%B4%D0%BB%D1%8F-%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-9e472f061af4> (дата звернення: 30.09.2024).