

*Черногорова К.А.,*

*ассистент,*

*Институт экономики и управления*

*ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»*

*Россия, г. Симферополь*

*Исмаилова Э.Р.,*

*студентка,*

*Институт экономики и управления*

*ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»*

*Россия, г. Симферополь*

## **ВИРТУАЛЬНЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

***Аннотация:** В статье обсуждаются возможности применения виртуальных путешествия в качестве инновационного инструмента для продвижения товаров и услуг в Интернете, рассмотрены технологические особенности создания сферических панорамных туров, показаны преимущества и перспективы дальнейшего развития виртуальных путешествий.*

***Ключевые слова:** информационные технологии, виртуальные путешествия, инновации, туризм, сферическая панорама, продвижения товаров и услуг.*

***Abstract:** In article possibilities of application virtual travel as the innovative tool for advance of goods and services on the Internet are discussed, technological features of creation of spherical panoramic tours are considered, advantages and the prospects of further development of virtual travel are shown.*

***Keywords:** information technology, virtual travel, innovation, tourism, spherical panorama, promotion of goods and services.*

Интернет на сегодняшний день является неотъемлемой частью жизни человека. Ресурсами Интернета пользуются миллиарды людей разных возрастов и профессий. Спецификой технологий Всемирной паутины является возможность быстрого поиска нужной информации, передачи данных любого объема и вида. Интернет проникает во все сферы человеческой деятельности, преобразуя экономические и социальные процессы. Под влиянием информационных технологий появились и прочно вошли в нашу жизнь такие понятия как “информационная экономика”, “электронная коммерция”, “электронное обучение”. Не обошел прогресс и индустрию туризма. Сегодня у пользователей глобальной сети появилась возможность отправиться в виртуальное путешествие, не выходя из собственной квартиры.

Виртуальные путешествия – это сумма знаний, представленная при помощи компьютерных технологий, находящаяся в виртуальном пространстве, сообщаемая группе людей, реализуя определенный алгоритм их передачи; наглядный процесс изучения человеком окружающего мира, организованный на заранее подобранных объектах, располагающихся в естественных условиях или находящихся в помещениях предприятий, лабораторий, НИИ и проч. [1].

Условно по способу предоставления информации виртуальные путешествия можно разделить на 3 вида: фото-экскурсия; видео-экскурсия; 3d-панорамы. Наиболее интересным и перспективным направлением является 3d-панорамы. Основу такой экскурсии или презентации представляют сферические панорамы, имеющие обхват просмотра 360 градусов по горизонтали и 180 градусов по вертикали. Таким образом, удастся достичь эффекта полного присутствия у зрителя. С помощью устройств ввода на своем компьютере виртуальные посетители, могут стать активными участниками процесса, приблизить или отдалить интересующий объект, развернуться на 360 градусов и т.п.

С точки зрения технической реализации процесс создания 3d-панорамы не представляет сложностей, однако требует специальных навыков и опыта. Для

создания 3d-панорамы необходимо наличие профессиональной камеры с панорамной головкой, а также широкоугольные объективы и штативы. Для получения качественных снимков камеру лучше поместить в центр будущей композиции. Это нужно для того, что все кадры в сессии оказались в фокусе. Также необходимо следить за так называемыми «местами швов», то есть стараться выбирать места для склейки фотографий на достаточно однородных поверхностях и проводить синхронизацию всех снимков в пространстве.

К основным преимуществам виртуальных путешествий можно отнести следующее:

- информативность – виртуальные экскурсии выгодно отличаются от других способов подачи информации, так как позволяют передать объемное изображение, с высокой степенью детализации, не ограниченное по времени;

- интерактивность – современные технологии позволяют дополнить виртуальный тур любыми известными интерактивными элементами: анимация, подсказки, фото- и видеофайлы; голосовое или музыкальное сопровождение; интерактивную карту маршрута.

- доступность – виртуальные путешествия доступны круглосуточно, сразу после загрузки в сеть. Для того чтобы ознакомиться с экспонатами музея или увидеть архитектуру города достаточно иметь персональный компьютер и доступ к Интернету. Особенно это актуально для людей с ограниченными финансовыми возможностями и для маломобильной части населения;

- универсальность и простота - уровень развития технологии позволяет достаточно просто создавать и интегрировать виртуальный тур на сайт.

Спектр применения виртуальных туров достаточно широк. В первую очередь туризм, гостиничный и ресторанный бизнес. На web-страницах туристических компаний все чаще можно встретить виртуальные путешествия по мировым достопримечательностям, позволяющие совершать увлекательные прогулки с полным эффектом присутствия. Побывать на знаменитой площади в Риме, посетить Эрмитаж, увидеть всю красоту фешенебельных гостиниц

Европы, а также предварительно оценить интерьер, вид из окна или балкона, месторасположение и атмосферу номера. Забронировав номер в отеле или в других гостиничных комплексах, люди хотят четко понимать, чего им ожидать. Только виртуальный тур позволяет создать целостное представление о гостинице или отеле, наглядно продемонстрировав все их достоинства (недостатки), не оставив никаких сомнений у клиента.

Еще одна динамично развивающаяся сфера применения виртуальных туров – это торговля недвижимостью. Одними из первых преимущество новых технологий оценили крупнейшие мировые риэлтерские компании, такие как Century21, ColdwellBanker, Rubloff, Winkworth, Corcorans и пр. Не составляют исключение и российские риелторы — первопроходцем в применении виртуальных туров в России стал портал по недвижимости Home Seekers. Согласно статистическим данным Realtor.com, риэлтерские сайты, дополненные турами, посещаются потенциальными клиентами на 40% чаще, а данные отчета British Market Research Bureau свидетельствуют о том, что 80% домашних пользователей Интернета при поиске покупаемого объекта недвижимости используют Интернет и просматривают виртуальные туры перед непосредственным обращением в агентство недвижимости. Более того, по оценкам американских специалистов, все риэлтерские фирмы, которые начали применять виртуальные туры, ощутили реальное увеличение объемов продаж [2].

Так же большой потенциал виртуальные путешествия имеют в образовании. Благодаря виртуальным путешествиям можно посетить любую страну, любой уголок своей Родины, познакомиться с историческими памятниками, архитектурой, посетить музей или выставку, находящуюся в любом городе мира. Подобные виртуальные уроки способны не только сделать познавательный процесс увлекательным, но и более эффективным, так как большую часть информации обучающие воспринимают визуально.

Таким образом, с помощью виртуальных путешествий достигается принцип доступности образования, расширяется кругозор, происходит стимулирование познавательной активности и формируется положительная мотивация к обучению.

Сфера применения виртуальных туров достаточно широка и интерес к ней растет, поэтому технологии создания виртуальных путешествий, активно развиваются и совершенствуются. Сейчас ожидается массовое появление виртуальных шлемов и сенсорных костюмов, которые сделают виртуальные путешествия еще более реалистичными. С помощью новых разработок перемещения по локациям будет более комфортным, и перенестись из одного места в другое можно будет простым перемещением взгляда. Применение сенсорных костюмов позволит передавать виртуальному путешественнику ответную реакцию от взаимодействия с виртуальной средой. Еще одно ноу-хау в развитии виртуальных туров – появление камеры, позволяющей снимать видео с обзором 360 градусов. С помощью этой технологии появится возможность посещать не только заранее подготовленные туры, но спортивные соревнования, массовые мероприятия в прямом эфире.

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. В данный момент виртуальные туры рассматриваются в основном как дополнительная часть туристской активности, и применяется в основном для привлечения внимания пользователей Интернет и развития своей основной деятельности.

2. Наиболее востребованными сферами применения виртуальных путешествий являются продвижение товаров и услуг, развлечение и образование.

3. Дальнейшее развитие виртуальных технологий пойдет по пути совершенствования способов воздействия на восприятие человека, добиваясь максимальной реалистичности, как на уровне физических ощущений, так и на

уровне эмоциональных переживаний. Что в свою очередь сделает виртуальные путешествия конечным продуктом потребления и сформирует в будущем целую индустрию электронного туризма.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мясникова С.С. Электронная ргото-экскурсия как средство продвижения объектов туристского показа в Приморском крае / С.С. Мясникова // Материалы XVIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал ВУЗов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР». – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2016. – С. 79–83.

2. Шляхнина С. Программы для создания виртуальных туров [Электронный ресурс] / С. Шляхнина С. // Федеральный медиа-ресурс, посвященный рынку современных информационных технологий. URL: <http://compress.ru/article.aspx?id=15669> (дата обращения 12.03.2019)