

## **ТЕХНОЛОГИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ 3D-ПРИМЕРОЧНЫХ**

По данным Data Insight, в 2019 г. продажи в индустрии моды снизились на 4 % по сравнению с предыдущими годами. По результатам исследования «Яндекс.Маркета» и компании GfK, 58 % покупателей назвали главной проблемой интернет-магазинов отсутствие возможности примерить товары. Только 22 % розничных магазинов в России имеют доступ к интернету и предлагают пробную услугу, но у них есть и недостаток, который сходен с проблемой розничных магазинов, — узкий ассортимент товаров [1].

Из-за этого товары импортируются в небольших количествах, а закупки ориентированы на широкий круг потребителей, т.е. в продаже есть только самые распространенные размеры и расцветки. Следовательно, невозможно удовлетворить большинство покупателей, которые, как правило, ищут что-то уникальное.

Выходом из ситуации является применение 3D-примерочных. Магазин загружает для создания каталога виртуальных товаров базу данных: фотографии моделей и схемы или их электронные версии, цифровые чертежи, оцифрованные версии товаров, 3D- и 2D-модели с указанием размера. Далее вносится информация о материалах, из которых изготовлен товар, его цвете, характеристиках. Выставляют цену, прописывают систему скидок и акций, ставят категорию, например «тренд сезона» или «платье с круглым вырезом», и заполняют сведения о товаре по своему усмотрению для более полной и быстрой работы каталога.

Программа VFR AR создает виртуальные товары дополненной реальности, идентичные реальным товарам. Когда программа распознает клиента, другие объекты или людей, которые его окружают, и зафиксировав месторасположения их, может добавлять основные или загруженные фоны.

Алгоритм работы 3D-примерочной следующий:

1. Сенсорные датчики фиксируют фигуру покупателя, вошедшего в примерочную, и передают управление программе виртуальной примерочной.

2. Клиент выбирает изделие для примерки, желаемую обстановку и фон. Выбор осуществляется путем загрузки данных со смартфона и манипулирования жестами рук.

3. Товар отображается на дисплее. Изображение на экране перемещается в соответствии с желанием покупателя.

4. Клиент может выбрать несколько товаров для примерки, сохранить полученное изображение, сфотографировать и записать видеоролик, отправить результат примерки по электронной почте или в социальные сети.

Используя обычную примерочную, можно примерить только те товары, которые есть в наличии или были заказаны в определенном количестве. В примерочной у некоторых людей возникает ощущение психологического давления со стороны консультантов, а время для принятия решения о покупке ограниче-

но из-за больших очередей. Покупатель не может передвигаться в небольшой примерочной. Изделие соотносится с внешним видом покупателя при примерке, хотя, например, праздничное платье неэффектно смотрится со спортивной обувью, которая портит восприятие образа. Поэтому после приобретения товара покупатель часто остается неудовлетворенным.

В случае с виртуальной примерочной покупателю предоставляются комфортные условия. Монтаж изображений длится столько, сколько необходимо. Доступно большое количество изделий различных форм, размеров и расцветок. Нет ограничений в движениях, и клиент может тщательно продумать свой имидж: выбрать макияж, обстановку и т.д.

#### **Источник**

1. Виртуальная примерочная на основе технологии дополненной реальности [Электронный ресурс] // Научный корреспондент. — Режим доступа: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5f145adfcd3d3e0001ad89e7.pdf>. — Дата доступа: 25.11.2022.