

Інформаційні джерела:

1. 10 Business Skills Every Professional Needs | HBS Online. Business Insights Blog. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/business-skills-every-professional-needs> (дата звернення: 17.10.2022).
2. Why You Need Emotional Intelligence To Succeed - TalentSmartEQ. TalentSmartEQ. URL: <https://www.talentsmarteq.com/articles/Why-You-Need-Emotional-Intelligence-To-Succeed/> (дата звернення: 17.10.2022).

УДК 339.138

К.Ю. Величко, канд. екон. наук, доц. (ХГУ «НУА», Харків)

Є.К. Голікова, здоб. вищ. осв. (ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків)

СУЧАСНІ ТRENДИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ НА РИНКУ ОДЯГУ

Технології віртуальної та доповненої реальності активно увійшли у наше життя та мають безліч переваг застосування у різних сферах (дизайн, освіта, архітектура, тренування рятувальних служб, навчання пілотів, мистецтво, автомобілебудування, торгівля та ін. Фактично мова йде про універсальний характер цих технологій та перспективу їх розвитку. Важливим і перспективними вони є на ринку одягу саме як маркетингові інструменти, спроможні збільшити продажі. Експертні оцінки ринку одягу за версією Alibaba, є наступними:

- основні сфери використання віртуальної та доповненої реальності в торгівлі – це маркетинг та продажі. За прогнозами, до 2028 року світова індустрія швидкої моди зросте до 44 млрд. дол. США;

- очікується, що до 2023 року об'єм онлайн-покупок в індустрії моди досягне 27%;

- США – лідер на світовому ринку одягу, з ринковою вартістю 349,6 млрд. дол. США;

- Китай – залишається на другому місці з вартістю 326,74 млрд. дол. США;

- 50% покупців B2B сегменту шукають одяг в онлайн [1].

Крім того, дослідження ринку одягу демонструє зростаючу динаміку переходу фізичних магазинів в онлайн. Онлайн-шопінг має низку переваг: зручний перегляд асортименту, можливість подивитися

наявність, знайти аналоги або ідентично заданому виробу заміну дешевше. Міжнародні компанії також впроваджують онлайн-шопінг, який в Україні раніше не був доступний. Сплеск онлайн-шопінгу прийшов на ковідний період, але і сьогодні, в часи воєнного стану, більшість покупців віддає перевагу саме онлайн-торгівлі з міркувань безпеки. В таких умовах технології віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності дають підприємствам нові можливості, допомагаючи споживачам запам'ятати бренд. Застосування цих технологій змінює досвід онлайн-шопінгу: видимість, інтерактивність, ефект присутності, відчуття того, що продукт вже в руках – може стати потужним стимулом для прийняття рішення споживачем. Так, наприклад, магазин Nike у Лондоні за допомогою системи NikeFuel (бігові доріжки, на яких можна випробувати трекер Fuelband та взуття Nike), впровадив таку новинку: відвідувач магазину бачить на світлодіодних екранах, чутливих до руху, свій кольоровий силует. Червоний означає повільність, зелений – бадьорість та енергійність. Ці дії проєктуються на стіни, створюючи художні образи, якими відвідувачі можуть ділитися у соцмережах. Дзеркала в магазині не просто відображають реальність, а й доповнюють її – коли хтось наближається, вони починають показувати тренувань відомих спортсменів, амбасадорів Nike [2].

Крім того, низку технологій віртуальної та доповненої реальності для ритейлу продемонстрував проєкт Store № 8, технологічний інкубатор роздрібного гіганта Walmart. Це був приклад застосування 3D-голограми для віртуальної примірки одягу. Об'ємна відео-технологія дозволяє користувачам вибирати віртуальні моделі одягу та «одягати» їх своєрідний аватар (свою точну віртуальну копію). Технологія більш ніж реалістична - клієнт не тільки може оцінити, як на ньому дивиться обраний одяг, але й побачити, як поводитиметься тканина [2]. Відзначився цікавим використанням VR та AR-технологій стартап Obsess, який створив повноцінний інтерактивний бутик Rebecca Minkoff у цифровому форматі. Тут у реалістичному віртуальному магазині можна роздивлятися товари, ознайомитися із додатковою інформацією, а також продивитися відео з показу і, безумовно, купувати вироби, що сподобалися.

До переваг застосування VR- та AR-технологій на ринку одягу можна віднести:

1. Покращення комунікації з клієнтами. Технології надають нові способи для комунікації із клієнтами. Це можливість приміряти на собі одяг, взуття, аксесуари, не виходячи з дому. Наприклад, італійський бренд Gucci разом із компанією Snapchat створили функцію віртуальної примірки взуття. У додатку Snapchat клієнти

можуть навести камеру на ногу і приміряти такі знакові моделі як Gucci Ace, Gucci Rhyton, Gucci Tennis 1977 and Gucci Screener. Користувачі можуть придбати модель, що сподобалася, прямо в додатку Snapchat за допомогою кнопки «Shop now» [3]. Крім того, американський бренд Гар представив вбиральню з доповненою реальністю, яка дозволяє приміряти її асортимент у цифровому вигляді.

2. Стимулювання продажів. За прогнозами ритейлерів, впродовж 2020р. бренди витратити 1,5 млрд дол. США на впровадження AR- та VR- технологій для покращення обслуговування клієнтів. Як приклад, бренд Gucci, який першим інвестував у створення функції Shoe Try-on.

3. Екологічність. Це сучасний тренд на ринку одягу. Зазвичай моделі випускаються на ринок в обмеженій кількості, з'являються швидше та сприяють усвідомленому вибору серед покупців. Відповідно, заздалегідь примірявши віртуальну модель, можна відразу сформулювати готовий лук з необхідних речей, а це означає, що і шкоди навколишньому середовищу буде менше.

4. Можливість досягнення значних результатів з просування бренду та його продукції при відносно невеликих затратах. Застосування VR/AR-технологій не завжди є витратним. Створення віртуальних образів може здатися складним процесом, але це під силу навіть брендам-новачкам. «Молоді» бренди можуть використовувати готові технологічні рішення на прикладі поширених Web-застосунків, а також фінансувати частину витрат шляхом взаємного рекламування із компанією, яка є розробником цих технологій на ринку одягу.

Інформаційні джерела:

1. 9 тенденцій на ринку одягу за версією Alibaba. URL: <https://retailers.ua/uk/news/mneniya/11350-9-tendentsiy-na-ryinke-odejdyi-po-versii-alibaba> (дата звернення 21.10.2022).

2. Как AR/VR технологии меняют fashion e-commerce URL: <https://beinopen.ru/article/vrar> (дата звернення 21.10.2022).

3. Красовская В. AR и VR: как fashion соединяет мир онлайн и оффлайн. URL: <https://vc.ru/u/555389-valeriya-krasovskaya/142353-ar-i-vr-kakfashion-soedinyayet-mir-onlayna-i-offlayn> (дата звернення 26.10.2022).