

К. А. Романова

Научный руководитель

Т. В. Курленкова

*Филиал Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации
«Могилевский торговый колледж»
г. Могилев, Республика Беларусь*

ТЕХНОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

На современном этапе развития розничная торговля стремится совершенствоваться и повышать качество торгового обслуживания. В связи с этим торговые объекты осуществляют поиск наиболее перспективных методов продажи товаров, повышают качество торгового обслуживания, уделяют особое внимание внедрению современных информационных технологий и применяют прочие направления. Одним из данных направлений является внедрение технологии виртуальной и дополненной реальности.

Технологии виртуальной и дополненной реальности потенциально могут обеспечить различным компаниям высокое конкурентное преимущество. При этом создатели программного обеспечения и аппаратной части могут рассчитывать на большой сегмент рынка информационных технологий, поскольку они могут существенно повышать качество и сокращать издержки, а это будет востребовано даже в кризисных условиях.

На данный момент времени AR-технология применяется при продаже одежды, обуви и мебели, а также продовольственных товаров.

Продажа одежды и обуви с помощью данной технологии позволяет примерять и выбирать товар виртуально, не совершая дополнительных действий по переодеванию и переобуванию. Это позволяет не только сэкономить время покупателей, но и повысить производительность труда в торговле, а также качество торгового обслуживания.

Основным примером использования технологии виртуальной реальности является компания ИКЕА, которая использует AR-технологии для устранения пробела между восприятием потребителя и реальными характеристиками товара. При покупке новой мебели из дома потребителю трудно визуально представить, как новая кушетка или кофейный столик впишутся в пространство квартиры. AR-технологии помогают устранить эту проблему.

Применение AR-технологии осуществляется при реализации непродовольственных и продовольственных товаров. Ярким примером является японский магазин Yihaodian. Используя дополненную реальность, Yihaodian открыл «виртуальные» магазины по всей стране на парковках, в парках и местах, популярных у туристов. С приложением Yihaodian потребители могут пользоваться мобильной площадкой для виртуального шоппинга в специально предназначенных для этого местах. Приложение использует камеру телефона, чтобы вести пользователя между «виртуальных стеллажей», где он может просто коснуться продукта на экране, чтобы добавить его в свою корзину. Когда все товары выбраны, пользователь может организовать их доставку домой.

Таким образом, виртуальная и дополненная реальность имеют возможность широкого распространения в торговле, особенно при использовании в классических онлайн-продажах и смешанных продажах, когда покупки совершаются в Интернете, а сам товар забирают в магазине. В некоторых случаях с помощью новых технологий можно не только посмотреть на товар, но и примерить его, поместить в интерьер и рассмотреть со всех сторон, что является позитивным моментом с точки зрения продаж. Технологии виртуальной и дополненной реальности популярны в небольших городах, где ассортимент традиционных магазинов ограничен, а потребности покупателей высокие. Несмотря на стремительный рост использования данных технологий за рубежом, в Республике Беларусь они все еще имеют неопределенный статус и не так распространены. Дальнейшее удешевление и распространение соответствующих приложений будут способствовать более широкому использованию виртуальной и дополненной реальности в торговле, в том числе в Беларуси.