

# Цифровые технологии 3D-моделирования в электронной торговле

Орехов М.А. ИФ-81, обучающийся 4-го курса  
Руководитель: Тесля Н.Б., канд. техн. наук, доцент,  
заведующий кафедрой информатики

Применение **цифровых технологий в торговле** вызвало появление нового направления – **3D-маркетинг**, которое делает ставку на трехмерный визуальный контент с высокой реалистичностью. Инструменты 3D-маркетинга, применяемые в интернет-магазинах, электронных приложениях, дают пользователю качественную информацию об интересующих его товарах без посещения магазина.

**Основные инструменты 3D-маркетинга:**  
360°photo, 3D-обзоры, VR, AR.  
**360°photo**

Это панорамное фото объекта или товара с обзором 360 градусов, которое создает иллюзию трехмерности изображения. При помощи интерактивного плеера снимок можно вращать, что позволяет рассмотреть товар с разных сторон.

Чаще всего 360-градусные фотографии продукта используют ведущие розничные торговые площадки, крупные B2B-сайты, интернет-магазины мебели, автомобильные маркетплейсы.

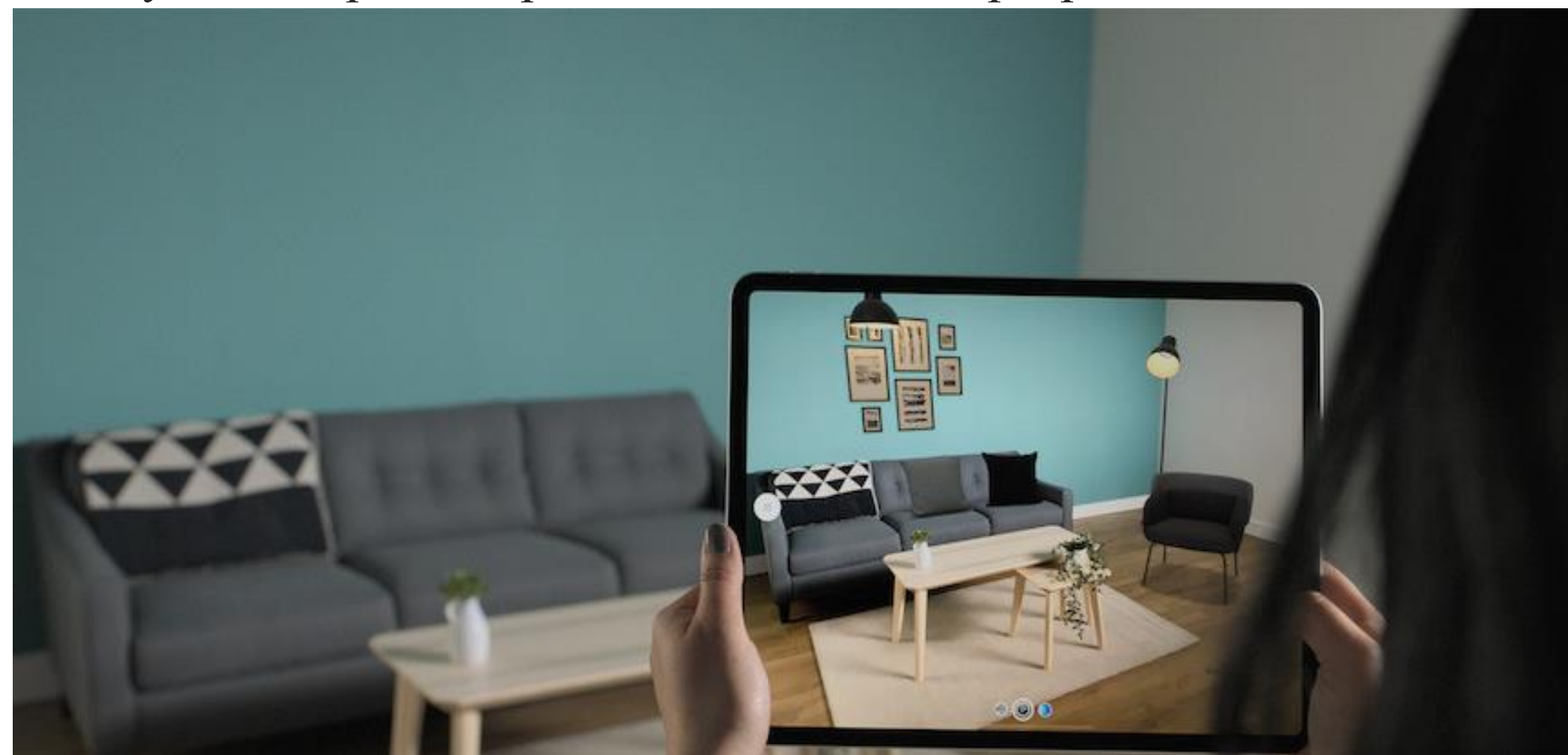


## VR и AR

VR-контент – это 3D-имитация реальности, созданная из элементов реального мира и виртуальных образов. Увидеть их можно с помощью специальных VR-очков.

AR – это дополненная реальность, где информация об окружающем мире дополнена искусственными элементами.

Например, с помощью мобильного приложения можно оценить, как впишутся товары интернет-магазина в интерьер вашей комнаты.

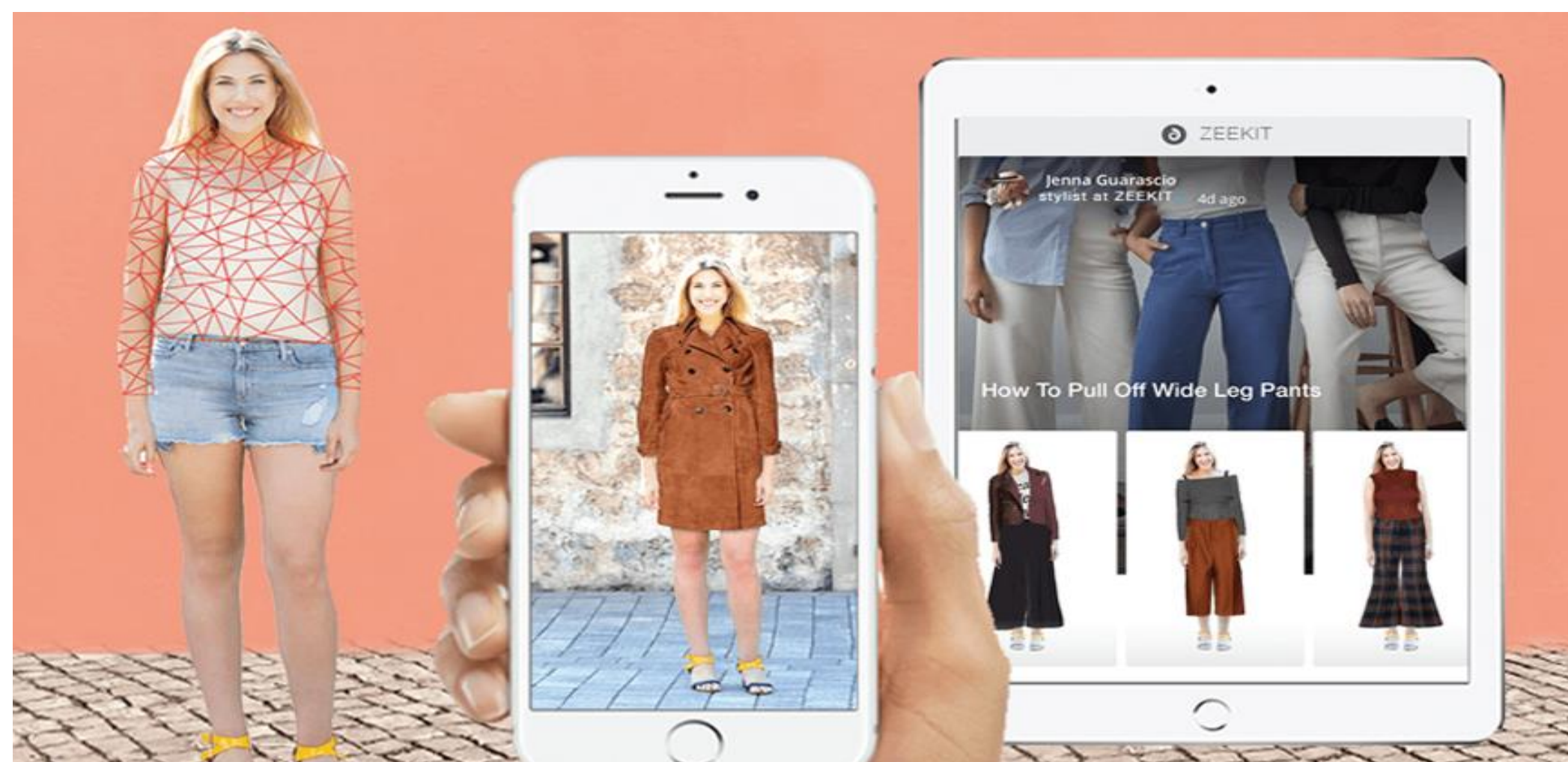


VR и AR обладают огромным потенциалом *для сферы недвижимости и архитектуры*. Эти технологии позволяют риэлторам демонстрировать квартиры и дома в цифровом виде из любой точки мира.

В сфере *торговли одеждой и обувью* также используется AR-реальность.

Технологию *виртуальной примерочной* одним из первых стал использовать японский бренд Uniqlo еще в 2012 году. Тогда примерочные в магазинах марки снабдили ЖК-экранами с дополненной реальностью. Клиенты магазина могли выбрать вещи из каталога и «примерить» их на своем отражении.

С развитием технологий и появлением смартфонов, для брендов стало актуально создание приложений, которые помогают клиентам создавать собственные 3D-модели и «примерять» вещи онлайн.



## 3D-обзоры

3D-обзор – это трехмерная визуализация товара с подробным описанием его деталей. С помощью этой технологии пользователь может рассмотреть предмет максимально подробно, в разных проекциях. Каждая деталь сопровождается подробным описанием.

3D-обзор создает эффект присутствия и позволяет покупателю почувствовать, что он держит товар в своих руках.

3D-обзор уже стал мультистраничным, что помогает покупателю получить более полную информацию об интересующем его товаре. Допустим, при выборе объектива для фотоаппарата возможность функциональной демонстрации позволит покупателю увидеть, какими будут фотографии при съемке разными объективами.

Также есть опция демонстрации видео, которая дает возможность увидеть гаджеты включенными и проигрывающими различным видеоконтентом.



**Вывод:** Развитие 3D-моделирования необходимо и бизнесу, и покупателям. Компании, применяя цифровые 3D-технологии, существенно повышают свои продажи, а покупатели, всего лишь используя свой смартфон, могут примерить одежду, посмотреть как сидят кроссовки и как будет выглядеть кухонный столик в их гостиной.

Дисциплина «Компьютерная графика», изучаемая на специальности 09.02.04 «Информационные системы (по отраслям)», позволяет обучающимся получить основы 3D-моделирования и визуализации объектов, что необходимо для создания современных приложений с применением 3D-технологий.