

УДК
687.1-
004.93

МИКОЛА РЯБЧИКОВ, ЛЮДМИЛА НАЗАРЧУК,
ОКСАНА КАГАН
Луцький національний технічний університет, Україна

СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ ВІРТУАЛЬНИХ ПРИМІРОЧНИХ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ІНТЕРНЕТ-КАСТОМІЗАЦІЇ

Мета. Обґрунтування доцільності впровадження мережі центрів зі створення індивідуальних 3D образів сумісно з використанням віртуальних примірочних в умовах Інтернет-кастомізації.

Ключові слова: кастомізація, віртуальна примірочна.

Постановка завдання. Ряд брендів активно впроваджує моделі цифрової кастомізації в реальні дії. Першим елементом системи Інтернет-кастомізації передбачають формування бази даних з використанням інноваційних засобів з врахуванням існуючих досягнень [1]. Технічні засоби впровадження електронної комерції передбачають зв'язок з клієнтом з використанням 3D технологій з метою одержання реального тривимірного образу споживача з подальшим використанням його для візуалізації образу з одягом [2]. Більшість досліджень в напрямку віртуальної кастомізації передбачають засоби віртуальної примірки [3]. Дослідження [4] розглядає основні напрями цифровізації в процесі індустрії моди, які включають електронне протипування, цифрове просування моди, розумні технології в одязі.

Методи досліджень. В дослідженні використовувались основні методи маркетингу і досвіду клієнтів при формуванні стратегії кастомізації. З використанням методів опитування, анкетування інтерв'ювання. З метою обробки даних використовувались методи регресійного і кореляційного аналізу. Основою для досліджень є моделювання процесу кастомізації з використанням віртуальних примірочних.

Результати досліджень. Існуюча модель Інтернет-кастомізації передбачає сумісне проектування індивідуального одягу споживачем, виходячи з бази даних, що пропонуються розробником. Модель у такому вигляді не буде замкнутою. Вона дійсно спроможна врахувати побажання споживача, але не враховує його реальні особливості тіла будови. Для врахування цих факторів пропонуються два додаткових кола зворотного

зв'язку. Перший визначає тривимірне вимірювання в спеціалізованих центрах, яке дозволяє побудувати індивідуальний профіль споживача.

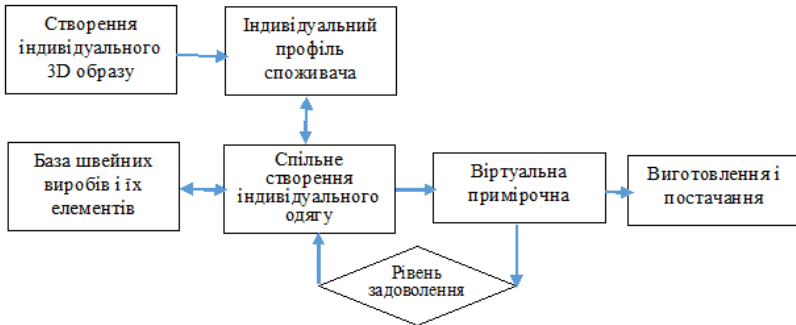


Рис. 1. Модель Інтернет-астомізації з використанням віртуальних примірочних

Друге коло зворотного зв'язку (рис.1) визначається системою віртуальних примірочних, в яких споживач ще до реального створення швейного виробу одержує можливість одержати реальний вигляд спроектованого виробу на своєму профілі.

Висновок. Створення системи сервісних центрів зі створення індивідуальних 3D образів сумісно з використанням віртуальних примірочних спроможне значно збільшити ефективність Інтернет-кастомізації.

Література

1. Nobile T. H., Cantoni L. Personalization and customization in fashion: Searching for a definition. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 2023. 27(4). P. 665-682.
2. Idrees S., Vignali G., Gill S. Interactive marketing with virtual commerce tools: Purchasing right size and fitted garment in fashion metaverse. *The palgrave handbook of interactive marketing*. 2023. P. 329-351.
3. Chen T., Lu, Y. (2022) Research on dress design method for mass customization, *ACM International Conference Proceeding Series*. 2022. P. 386-389
4. Sayem A.S.M. (2022) Digital fashion innovations for the real world and metaverse. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. 2022. 15:2. P.139-141.