

## ВИКОРИСТАННЯ ДОПОВНЕНОЇ ТА ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В МАРКЕТИНГУ

Цяпа Я. А., Літвиненко М.В.

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасному маркетингу все більше використовуються інноваційні технології, зокрема доповнена (AR) та віртуальна реальність (VR). AR – це технологія, що накладає цифрові об'єкти на реальний світ через екран мобільного пристрою або спеціальні окуляри. VR, своєю чергою, створює повністю штучне середовище, в яке користувач може зануритися за допомогою VR-шоломів [1]. Актуальність використання цих технологій зумовлена зростаючою конкуренцією між брендами, потребою в інтерактивному досвіді для споживачів та розвитком цифрових платформ. Інтерактивні технології дозволяють брендам залучати клієнтів через інтерактивні елементи, забезпечуючи більш захоплюючий досвід користування продукцією. Так AR дозволяє «приміряти» одяг або протестувати косметику через мобільні додатки, а VR створює реалістичні симуляції використання товару. Взаємодія з продуктом у віртуальному просторі сприяє емоційному зв'язку між споживачем та брендом. Сьогодні вже маємо багато прикладів використання AR та VR у маркетингу: за допомогою VR у рекламі відтворюються віртуальні тури, гейміфікація маркетингових кампаній; у соціальних мережах для залучення молодшої аудиторії використовуються AR-фільтри [2].

До переваг використання доповненої реальності у маркетингу можна віднести підвищення лояльності клієнтів через унікальний користувацький досвід та емоційний зв'язок з брендом завдяки зануренню у взаємодію. Але використання інтерактивних технологій має і ряд недоліків: високу вартість розробки контенту та програмного забезпечення; технічні обмеження та необхідність спеціального обладнання; потребу у високій продуктивності пристроїв для комфортного використання технологій.

Перспективність застосування інтерактивних технологій у маркетингу може бути забезпечена завдяки широкому використанню смартфонів, інтеграції з AI та Big Data для персоналізації маркетингових кампаній та потенційному впливу на розвиток digital-маркетингу. Застосування доповненої та віртуальної реальності в маркетингу відкриває нові можливості для взаємодії зі споживачами, покращує клієнтський досвід і сприяє підвищенню конкурентоспроможності брендів.

### Література:

1. Що таке AR – та VR – проекти? URL: <https://brander.ua/blog/yak-vykorystovuvaty-virtualnu-ta-dopovneni-realnist-dlya-marketynhu-internet-mahazynu> .
2. Доповнена та віртуальна реальність: можливості й використання у ритейлі. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/dopovnena-ta-virtualna-realnist/>.