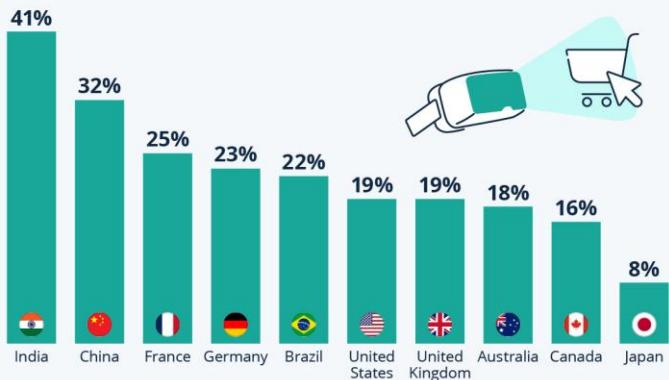


# الواقع المعزز والواقع الافتراضي: مستقبل التسوق عبر الإنترنٌت؟

في نوفمبر الماضي، أطلقت شركة أمازون، عملاق التجارة الإلكترونية، متجرها الافتراضي للعطلات، وهو متجر إلكتروني مُعزز بتقنية الواقع الافتراضي، يستخدم تقنية ثلاثية الأبعاد غامرة، يقدم تجربة تسوق محسنة. أصبح بإمكان العملاء تصفح المتجر ثلاثي الأبعاد عبر هواتفهم أو أجهزة الكمبيوتر، والنقل على المنتجات للاطلاع على مزيد من المعلومات عنها.

## Augmented & Virtual Reality: the Future of Online Shopping?

Share of respondents who say they are excited about using augmented & virtual reality while shopping online



1,800-9,000 adults (18-64 y/o) surveyed per country Oct. 2024-Sep. 2025  
Source: Statista Consumer Insights

statista

وتستخدم العديد من العلامات التجارية الأخرى الآن الواقع الافتراضي أو المُعزز في عروض التسوق الإلكتروني، بدءاً من سيفورا التي تستخدم تقنية الواقع المُعزز لتجربة المكياج افتراضياً، ووصولاً إلى إيكيا التي تتيح للعملاء تحميل وتصوّر مساحتهم الخاصة.

أظهر نتائج استطلاعرأي  
حدث أجرته شركة Consumer

Insights أن الحماس للتسوق الإلكتروني المُعزز بتقنيتي الواقع الافتراضي والواقع المعزز لا يحظى بقبول الجميع. ففي حين أعرب 41% من المشاركون في الاستطلاع في الهند عن حماسهم لاستخدام تقنيتي الواقع الافتراضي والواقع المعزز أثناء التسوق الإلكتروني، لم يشاركون هذا الرأي سوى 8% من المشاركون اليابانيين. وفي الولايات المتحدة، أعرب أقل من اثنين من كل عشرة أشخاص (19%) عن حماسهم للتسوق الإلكتروني المُعزز بتقنيتي الواقع الافتراضي والواقع المعزز، وهي نفس نسبة المشاركون في المملكة المتحدة.

مقال مترجم عن



فالنتاين فورو

صحفى بيان

[statista.com](https://www.statista.com)