

Если вступление в союзы и объединения производится автоматически, большинство людей не станут тратить время на выход из них;

2) использование социальных норм (использование формулировки «большинство людей...»). Например, фраза «большинство сотрудников выплатили взносы в профсоюз», объявленная коллективу, повлияет на решение не выплативших в срок, даже если их не большинство;

3) использование простоты и удобства (если сотрудникам легче совершать действия, необходимые управлению, чем их не совершать, они, скорее всего, не станут идти против течения);

4) разглашение информации (если сотрудники видят общую сумму расходов на электроэнергию и взаимосвязь между расходами организации и их заработной платой, они с большей вероятностью будут внимательнее относиться к растрачиванию электроэнергии впустую);

5) напоминания (например, по электронной почте или текстовому сообщению, о предстоящих собраниях и дедлайнах) [2].

Массовое принятие поведенческой экономики в сфере HR, вероятно, уже не за горами. Все условия понятны, прозрачны и честны. Возможно, все, что сейчас нужно, — это немного подтолкнуть управление персоналом в правильном направлении.

#### Источники

1. *Ebert, P.* Nudge management: applying behavioural science to increase knowledge worker productivity / P. Ebert, W. Freibichler // *J. of Organization Design*. — 2017. — Vol. 6. — P. 4.

2. *Sunstein, C.R.* Nudging And Choice Architecture: Ethical Considerations / C.R. Sunstein // Cambridge : Harvard Law School, 2015.

**А.И. Малеева**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — А.В. Кармызов*

## ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ 3D-ПЕЧАТИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Каждый из нас знаком с черно-белым и цветным принтером. И никого уже этим не удивишь. Сегодня редко можно найти человека, который ни разу не видел обычный принтер. Цивилизация не стоит на месте, а идет вперед.

И уже сегодня существуют такие принтеры, которые не просто распечатают текст или изображение, а могут сделать объемную модель или деталь. И на данный момент редко можно встретить человека, который мог бы объяснить, что такое 3D-печать и вообще знал о ее существовании.

3D-печать — это послойное нанесение расходных материалов на стол принтера до изготовления нужного изделия.

Вот что более удивительно так это печатать еду на 3D-принтере. Для начала можно подумать, что это будет несъедобно. Но на самом деле все делается из натуральных ингредиентов. Для изготовления блюд все ингредиенты измельчаются и заполняются полученной смесью в специальную емкость, откуда и поступают послойно, путем выдавливания на рабочий стол принтера до изготовления нужной формы. Через цифровую платформу принтера можно подключиться к интернету, где и находится неограниченное количество рецептов. Сам процесс печати того или иного изделия становится в десятки раз быстрее приготовления его даже профессиональным поваром.

Благодаря 3D-принтерам человек сможет облегчить себе работу. Так, например, для ресторанов, кафе было бы очень выгодно иметь 3D-печать.

В среднем повару потребуется от 3 до 5 минут, чтобы сделать пиццу, а на принтере 70 секунд. Особенно выгодно это для заведений с большой посещаемостью. Впервые ресторан с 3D-едой был открыт в нидерландском городе Венло в апреле 2016 г. Гостям было предложено отведать восемь блюд молекулярной кухни. При этом столы, стулья, посуда и столовые приборы также были созданы с помощью 3D-принтера [1]. Как мы знаем, в Беларуси таких заведений общественного питания еще не существует. Но, я думаю, что через год–два уже мы будем видеть рекламы таких заведений. Главное суметь доказать людям, что это еда вкусная и не менее полезна.

Так, например, могут применяться разные способы приготовления еды. Можно придумать ресторан с названием «Обман зрения». И подавать рыбу под видом курицы, т.е. на вид это будет запеченная курочка, ничем не отличающаяся от обычной, но содержать она будет мясо рыбы. Или, например, кафе «Здоровое питание». Только представьте реакцию людей, когда они откроют меню и не увидят салатов и фруктов, а на первых страницах меню их будет ждать сочный, жирный бургер. Но прочитав состав, они поймут, что это далеко не жирный бургер, хот-дог или сэндвич, а фруктовое или овощное изделие. Слоганом может послужить следующее: «Кто же еще, как не бургер, поможет тебе похудеть!» Можно делать еду в виде спортивного инвентаря: хот-доги в виде беговой дорожки, сэндвич в виде гантели и бургеры в виде мячей. Также можно, чтобы гости, приходя в заведения, могли выбрать для себя рисунок или блюдо со своим именем.

Таким образом, в будущем каждый человек сможет приготовить себе еду согласно своим вкусовым предпочтениям и своей фантазии. Любой узор, рисунок или изображение будут доступны каждому и не обязательно уметь красиво рисовать. Надеюсь, что вскоре и мы сможем попробовать эту чудо-еду, посетить мастер-классы, а может даже

и приготовить своим родным и близким загадочное блюдо, о составе которого они даже и не будут догадываться.

#### **Источник**

1. Ресторан, готовящий еду на 3D-принтере [Электронный ресурс] // 1000 идей. — Режим доступа: <https://www.1000ideas.ru>. — Дата доступа: 30.11.2018.

*СНИЛ «Гандаль»*

*Г.А. Маркова*

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент*

## **ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРОДАЖ**

Технологии дополненной реальности (Augmented Reality — далее AR) и виртуальной реальности (Virtual Reality — далее VR) уже давно не развлечение для людей, увлекающихся компьютерными играми. За последние два года эти направления стали инновационным и одновременно работающим инструментом маркетинга, широко применяемым в розничной торговле и электронной коммерции.

Виртуальная и дополненная реальности тесно связаны между собой. В виртуальной реальности человек зачастую видит искусственно созданные предметы и взаимодействует с ними. Дополненная же реальность использует визуальный ряд реального мира, дополняя его виртуальными предметами и свойствами. Эта технология позволяет накладывать виртуальные 3D-элементы на реальный мир.

Системы дополненной реальности были изобретены в начале 1990 г. в Armstrong Labs — организации, которая занималась исследованиями и разработками для Военно-воздушных сил США. Это было громоздкое устройство для повышения производительности человека в работе как с удаленными, так и непосредственными целями и задачами. В 1998 г. дополненная реальность пришла в телевидение и спорт.

Дополненная реальность предоставляет дополнительную информацию таким образом, что пользователь видит мир под иным углом. Таким образом, дополненную реальность следует воспринимать как сфокусированный вовне цифровой интерфейс, который в большей степени в электронной коммерции может работать при использовании мобильных устройств и установленных на них приложений.

По данным исследований компании ABI Research, к 2020 г. AR даст дополнительные 3 % продаж в электронной коммерции. Это ни много ни мало 100 млрд дол. в год. В течение пяти лет будет 3,5 млрд уста-