

б. Карасева, М. Г. Анализ долгосрочных последствий массового внедрения средств персональной мобильности для городской среды и населения / М. Г. Карасева // Транспорт и транспортные системы: конструирование, эксплуатация, технологии : сб. науч. ст. / Белорус. нац. техн. ун-т. – Мн. : БНТУ, 2025. – Вып. 7. – С. 16–28.

УДК 641.1:658.89

ВЛИЯНИЕ БЕСКОНТАКТНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПРОДАЖИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Артемчук А. С., магистр

*Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Палий Н. С.
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
Донецк, Донецкая Народная Республика*

Аннотация. В исследовании проанализировано влияние бесконтактных технологий на потребительское поведение и продажи в ресторанном бизнесе. Выявлены ключевые аспекты увеличения среднего чека и объема продаж.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, бесконтактные технологии, QR-код, потребительское поведение, кросс-селлинг.

Средний чек является наиболее значимым показателем в ресторанном бизнесе, который определяет валовую выручку и маржинальность. Его увеличение всего на 10 % может привести к росту чистой прибыли на 30–50 % в силу эффекта операционного рычага, когда постоянные издержки остаются неизменными. В этом контексте бесконтактные технологии, изначально внедрявшиеся как вынужденная мера безопасности, трансформировались в высокоэффективный инструмент управления потребительским поведением и монетизации клиентского опыта.

Проблема исследования заключается в недостаточной систематизации данных о прямом и косвенном воздействии QR-кодов и интерактивных столов на структуру и сумму чека. Цель – декомпозировать

показатель среднего чека и показать, какие именно технологические функции влияют на его составляющие.

Анализ структуры среднего чека позволяет выделить два основных фактора влияния: количество заказанных позиций и их среднюю стоимость. Бесконтактные технологии демонстрируют эффективность в воздействии на каждый из этих параметров.

Увеличение количества позиций в заказе:

– устранение психологических барьеров – при заказе через официанта гость может испытывать «социальное давление» – ощущение, что он отнимает время, заказывает «слишком много» или «слишком дешево». Цифровой интерфейс нивелирует этот эффект, позволяя спокойно изучать меню, что в таком сценарии гости на 15–20 % чаще добавляют к основному блюду закуски, салаты и десерты;

– стимулирование импульсивных покупок – возможность демонстрации высококачественных фотографий и видео является мощнейшим драйвером. Блюда с качественными изображениями заказываются на 30 % чаще. Интерактивный стол может показывать видео процесса приготовления стейка или анимацию подачи десерта, что воздействует на эмоции и провоцирует незапланированную покупку;

– эффект «легкого добавления» – технология позволяет сделать дополнительный заказ в один клик, что повышает частоту дополнительных заказов [1].

Повышение средней цены позиции как способ увеличения среднего чека реализуется через две ключевые маркетинговые стратегии – апселлинг и кросс-селлинг.

Апселлинг – это стратегия убеждения гостя приобрести более дорогую версию выбранного товара или услуги. В ресторанном бизнесе это проявляется в предложении: улучшить блюдо; увеличить порцию; выбрать премиальную позицию.

Кросс-селлинг – это стратегия продаж дополнительных товаров к основному заказу, например: предложение соответствующих напитков; рекомендация дополнений; предложение сопутствующих продуктов.

Эффективность данных стратегий многократно возрастает при использовании бесконтактных технологий, что обусловлено комплексным воздействием нескольких факторов. Прежде всего, системы полностью исключают человеческий фактор, обеспечивая автоматическое формирование и постоянство апселлинговых и кросс-

селлинговых предложений. Одновременно алгоритмы анализируют текущий заказ гостя, предоставляя персонализированные рекомендации с высокой релевантностью. Ключевую роль играет визуализация – качественные фотографии и видео презентации блюд существенно усиливают воспринимаемую ценность предложений, воздействуя на эмоциональное восприятие и стимулируя к совершению дополнительной покупки.

Анализ российского ресторанного рынка подтверждает эффективность бесконтактных технологий для роста среднего чека. Согласно исследованию «РБК Исследования рынков», внедрение QR-меню в московских ресторанах среднего ценового сегмента позволило увеличить средний чек на 12–18 %. При этом заведения, использующие интерактивные столы, демонстрируют более значительный рост – до 25–35 % [2].

Опыт российских ресторанов подтверждает эти тенденции. Сеть ресторанов «Тануки» сообщила о повышении среднего чека на 22 % после установки сенсорных экранов для заказа [3]. Аналитики «Сбер» в обзоре рынка общепита отмечают, что рестораны с цифровыми решениями показывают на 15–20 % более высокий чек по сравнению с традиционными заведениями [4].

Исследование платформы iiko показало, что российские рестораны, внедрившие онлайн-заказ через QR-коды, увеличивают средний чек на 10–25 % в зависимости от формата заведения [5]. Особенно заметен рост в сегменте кофеен – по данным сети «Кофемания» зафиксировали увеличение среднего чека на 18–22 %.

Для комплексной оценки эффективности рассматриваемых технологий был проведен сравнительный анализ по ключевым параметрам, определяющим конечную сумму чека. Результаты анализа представлены в табл. 1 и демонстрируют различия в потенциале QR-кодов и интерактивных столов для увеличения выручки.

Таблица 1 – Сравнительная эффективность бесконтактных технологий в повышении среднего чека

Механизм увеличения чека	Эффективность		Пояснение
	QR-код	Интерактивные столы	
Увеличение количества позиций	Высокая	Очень высокая	Оба инструмента убирают барьеры, но стол дает больше возможностей для импульсных покупок через мультимедиа
Апселлинг	Средняя	Высокая	В QR сложнее интегрировать динамические предложения. На столе можно показать «премиальную» версию блюда визуально
Кросс-селлинг	Средняя	Очень высокая	Интерактивный стол может предлагать релевантные товары в процессе всего заказа, создавая «корзину»
Продвижение спецпредложений	Высокая	Очень высокая	Оба эффективны, но стол позволяет сделать предложение более заметным и интерактивным
Общий потенциал роста среднего чека	10–15 %	20–30 %	Суммарный эффект от всех механизмов

Проведенный сравнительный анализ (табл. 1) наглядно демонстрирует существенное преимущество интерактивных столов по всем ключевым параметрам влияния на средний чек. В то время как QR-коды обеспечивают базовый рост показателя за счет удобства и визуализации (10–15 %), интерактивные технологии позволяют достичь максимального эффекта (20–30 %) благодаря комплексному воздействию на потребительское поведение.

Критически важным отличием является способность интерактивных столов к автоматизированному кросс-селлингу и апселлингу, что обеспечивает не только увеличение количества позиций в заказе, но и рост средней стоимости каждой позиции. Технология создает

интерактивную среду для принятия решений, где персонализированные рекомендации и интерактивные элементы стимулируют импульсные покупки премиальных позиций [5].

Таким образом, выбор технологии должен определяться стратегическими целями заведения: QR-коды оптимальны для быстрого и экономического роста, тогда как интерактивные столы представляют собой стратегическую инвестицию в максимальную монетизацию каждого клиента.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что бесконтактные технологии являются инвестициями, окупаемость которых измеряется ростом среднего чека. Рост на 10–30 % является следствием таргетированного влияния на потребителя и оптимизации продаж. Основные механизмы этого роста:

1. Количественный. Увеличение числа позиций в заказе за счет снятия психологических барьеров и стимулирования импульсных покупок.

2. Ценовой – повышение средней стоимости позиции через системный апселлинг и продвижение высокомаржинальных товаров.

Выбор между QR-кодом (низкая стоимость внедрения, умеренный эффект) и интерактивным столом (высокая стоимость, максимальный эффект) должен основываться на КРІ. Для демократичных форматов достаточным может быть использование QR-технологии, в то время как для сетевых и премиальных ресторанов интерактивные столы становятся стратегическим активом для максимизации прибыли с каждого гостя.

Список использованных источников

1. Батра, Р. Поведение потребителей / Р. Батра, С. Ахола. – СПб. : Питер, 2020. – 384 с.

2. Анализ рынка общественного питания России / СберЕАТ. – М. : СберЕАТ, 2023. – 56 с.

3. Влияние цифровизации на показатели ресторанного бизнеса / РБК Исследования рынков. – М. : РБК, 2023. – 42 с.

4. Маркировка, дарк-кухни и умные системы лояльности: как трансформируется общепит в России // SberPro. – 2023. – URL:

<https://sber.pro/publication/markirovka-dark-kuhni-i-umnie-sistemi-loyalnosti-kak-transformiruetsya-obschepit-v-rossii/> (дата обращения: 14.11.2025).

5. Российский общепит переходит на бесконтактные технологии // Коммерсантъ. – 2023. – № 45. – С. 12–13.

УДК 372.882

ВЛИЯНИЕ ГАДЖЕТОВ НА УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС В РАМКАХ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН «ИСТОРИЯ» И «ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ»

Буталий С. В., преподаватель

*Краснодарский краевой базовый медицинский колледж
Краснодар, Российская Федерация*

Аннотация. Рассматриваются проблемы влияния гаджетов на образовательный процесс и психологическое состояние учащихся. Отмечается негативное воздействие чрезмерного использования смартфонов на физическое здоровье, развитие памяти, письма и мыслительных способностей.

Ключевые слова: гаджеты, образование, психологическое влияние, дистанционное обучение, учебный процесс.

На современном этапе развития образовательной системы мы сталкиваемся со многими проблемами, которые влияют на психологический климат учебного процесса и зачастую меняет мотивацию цели обучающихся. Одной из таких проблем становится проблема использования гаджетов в образовании. Затрагивая эту проблему, мы уверены, что она актуальна не только для предметов «История» и «Обществознание», но и для всех остальных учебных дисциплин.

Слишком рано наши дети получают гаджеты в руки. Порой не научившись писать. С раннего детства. Так родители стараются занять их мультфильмами, примитивными играми и картинками. Думая, что развязывают себе руки для свободного времени. А ведь это первый шаг к первым проблемам. Во-первых, сами того не осознавая родители начинают подрывать здоровье своих чад.