

русского государственного экономического университета. — 2023. — № 3. — С. 58–67.

3. Беларусь и Азербайджан // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. — URL: <https://www.mfa.gov.by/bilateral/cis/azerbaijan> (дата обращения: 10.11.2025).

**В. В. Фильков**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Е. Ю. Ракова, канд. экон. наук*

## **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ТЛС-МОТОРС»**

Ассортиментная политика — ключевой фактор успеха торгового предприятия. В условиях высокой конкуренции и быстро меняющегося спроса она напрямую влияет на привлечение и удержание покупателей, рост выручки и среднего чека, ускорение оборачиваемости запасов, повышение рентабельности за счет увеличения доли высоко маржинальных товаров и сокращения неликвидов. Правильно сформированный ассортимент позволяет не просто реагировать на спрос, а активно управлять им, обеспечивая конкурентное преимущество и устойчивый рост прибыли.

ООО «ТЛС-МОТОРС» (торговая марка Teslashop) представляет собой специализированную торговую компанию, функционирующую в формате розничной и оптовой торговли с акцентом на онлайн-продажи. Основной вид деятельности организации — поставка и реализация оригинальных запасных частей, аксессуаров и технических решений для электромобилей, преимущественно марки Tesla. Компания сочетает торговые, консультационные и логистические функции, обеспечивая полный цикл обслуживания: от подбора товаров по VIN-коду автомобиля до доставки по Беларуси, России и Казахстану. Режим работы — стандартный: с понедельника по субботу, с фокусом на дистанционное взаимодействие через официальный сайт [teslashop.by](https://teslashop.by).

Основная продукция компании включает оригинальные автозапчасти для моделей Tesla (S, 3, X, Y): детали подвески, кузова, электроники (сенсоры, экраны, модули), стекла, зеркала, освещение и салонные аксессуары (коврики, органайзеры). Кроме того, в ассортимент входят зарядные станции, электронные устройства, технические жидкости и аналоги под собственной маркой Teslashop в низкомаржинальных сегментах. Продукция ориентирована на премиум-сегмент, с акцентом на экологичность и совместимость с электромобилями.

Деятельность компании способствует развитию рынка электромобилей в регионе, повышая доступность качественных комплектующих.

В условиях стремительного роста парка электромобилей Tesla в Беларуси и регионе, а также усиления конкуренции со стороны маркетплейсов и российских поставщиков единственным надежным способом сохранить и укрепить конкурентоспособность ОДО «ТСЛ-МОТОРС» является превращение ассортиментной политики в главный стратегический инструмент предприятия.

Для того чтобы предприятие было более конкурентоспособным, рекомендуется комплексно реализовать следующие меры: регулярно проводить ABC-XYZ-анализ и очищать матрицу от неликвидов и устаревших позиций, переводя низкооборотчиваемые товары в режим «под заказ»; в приоритетном порядке расширять ассортимент по модели Cybertruck, добавляя самые востребованные аксессуары и расходники; запустить линейку качественных аналогов под собственной торговой маркой Teslashop в низкомаржинальных категориях; ввести дифференцированную систему наценок и постоянный мониторинг цен конкурентов; усилить цифровой маркетинг и лояльность клиентов через программу кешбэка, бандлы, опросы и улучшение сайта (удобные фильтры, подбор по VIN, фото- и видеообзоры).

Реализация этих несложных и низкозатратных мер позволит предприятию не только удержать текущих клиентов и лидерство в нише оригинальных комплектующих Tesla, но и значительно увеличить выручку, маржинальность и скорость оборота запасов, обеспечив устойчивый рост даже в условиях высокой конкуренции и внешних ограничений.

**Н. В. Хоняк, В. О. Пистунович**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент*

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ УСЛУГ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ЕГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

Цифровизация является ключевым фактором эффективного развития ресторанного бизнеса в Беларуси. Внедрение цифровых технологий в бизнес-процессы производства, обслуживания, управления, маркетинга, а также создание цифровой модели бизнеса на основе единой цифровой платформы являются факторами инновационного развития ресторанного бизнеса [1].

Доставка еды посредством использования сервисов агрегаторов способствует увеличению общего объема продаж [2]. Агрегаторы обеспечивают удобный интерфейс для выбора блюд, упрощают процесс оформления заказов и организуют логистику доставки. Это сни-