

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. Пистуневич
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-

жает нагрузку на персонал и минимизирует операционные риски, связанные с самостоятельным управлением доставкой.

Онлайн-меню — не просто список блюд, доступный на сайте или в мобильном приложении, а гибкий инструмент управления контентом. В данном случае существует возможность оперативно добавлять новые блюда, менять состав и фотографии, указывать наличие или временные акции.

Система онлайн-бронирования позволяет покупателям осуществить резервирование столика в соответствии с заданной датой и временем через сайт, социальные сети, мессенджеры. Бронирование поступает в единую электронную систему, где сотрудники могут оперативно корректировать рассадку, объединять столики и учитывать особые пожелания покупателей (например, предпочтения по кухне, событийные мероприятия).

Процессы на кухне автоматизируются за счет программных комплексов: заказ автоматически поступает на рабочую станцию повара, приводится электронное расписание приготовления, работает контроль тайминга. Система может уведомлять, когда блюдо готово, распределяет задачи между сменами и предотвращает задержки, особенно в часы пик. Электронный модуль позволяет отслеживать технологические карты, инструкции по приготовлению и внедрять стандартизацию качества. Следует отметить, что некоторые рестораны предлагают инновационную услугу, с помощью которой предоставляется возможность наблюдать за приготовлением еды по веб-камере [3].

Таким образом, при формировании цифровой траектории развития должен доминировать инновационный подход, который обеспечивает конкурентоспособность субъектам ресторанного бизнеса и высокое качество предоставления услуг покупателям.

Источники

1. *Стасюкевич, С. В.* Цифровые инновации как вектор развития ресторанного бизнеса / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2021 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Мн., 2021. — С. 255–256.

2. *Стасюкевич, С. В.* Цифровая трансформация ресторанного бизнеса посредством использования сервисов агрегаторов заказа и доставки еды / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 мая 2023 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Мн., 2023. — С. 195.

3. *Лосевская, С. А.* Мерчандайзинг как стратегия инноваций для предприятий общественного питания / С. А. Лосевская // Пищевая индустрия. — 2021. — № 2. — С. 54–56.