

3. Актуальные сведения о стандартах, структурах, изменениях и пояснениях. – URL: <https://www.iso.org> (дата обращения: 10.04.2025).

УДК 656.13

РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ И МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Студ. гр. 101141-22 **Арцименя Д. А., Томшис Д. В.**

Научный руководитель: ст. преп. Кустенко А. А.

Малые и средний автотранспортных предприятия играют ключевую роль в экономике. Они обеспечивают мобильность пассажиров и товаров. Но в условиях быстро изменяющегося рынка и высокой конкуренции этим предприятиям необходимо разрабатывать и внедрять эффективные и креативные стратегии для выживания. Это поможет вывести предприятия на новые уровни, расширить их спектр услуг, повысить конкурентоспособность и добиться устойчивого развития.

Конкурентная стратегия – это долгосрочный план действий, а также набор принципов и тактик, которые позволяют компании сохранять и поддерживать конкурентоспособность, укреплять позиции на рынке и обеспечивать превосходство над конкурентами [1]. От правильно выбранной и подобранной конкурентной стратегии зависит успех бизнеса:

- устойчивость в внешним факторам;
- увеличение спроса на товар/услугу;
- увеличение рентабельности;
- достижение конкурентных преимуществ.

Принятие маркетинговых решений в компании – процесс, требующий понимания рынка, потребностей клиентов и возможностей самой компании. Маркетинговые решения касаются множества аспектов деятельности предприятия, начиная от разработки новых продуктов и услуг и заканчивая продвижением существующих предложений на рынке [2].

Прежде всего необходимо провести аудит текущей ситуации: анализ внутренней среды компании – оценка состояния автопарка, квалификации персонала, эффективности логистических процессов, финансовой устойчивости и репутации компании. Также и внешней среды – изучение рынка (объем, рост, сегментация), определение основных конкурентов, понимание потребностей и ожиданий целевой аудитории. А также влияние экономических факторов, технологических трендов и изменений в законодательстве.

Вот несколько маркетинговых стратегий для продвижения предприятий:

1. Тематические перевозки.

Доставка грузов на электромобилях/ гибридах/ экологическом транспорте для компаний, которые заботятся об окружающей среде, что привлечет клиентов ориентацией на деятельность предприятий.

Касаемо пассажирских перевозок, туристам будет интересно посетить «гастрономические туры», тем самым можно не только с комфортом перемещаться по стране, а также заезжать в местные заведения с национальной кухней; «исторические туры» с гидом, фитнес – тур на велосипедах. Это привлечет новую аудиторию и повысит спрос на услугу данной компании.

2. Создание офисов на колесах.

Сотрудники, которые вынуждены часто отправляться в командировки тратят время и деньги на поиск места жительства и комфортного места работы. Малые предприятия могут создавать или переоборудовать ТС под офис на колесах. Тем самым в ТС будет все необходимое для работы и пребывания длительный срок (столы для работы, Wi-Fi, розетки, места для отдыха).

3. Задействовать социальные сети для продвижения рекламы.

Создание вирусного видеоролика про приключение груза и водителя, в котором будет спрятан промокод на скидку на перевозку или бесплатную поездку. Тем самым компания получит больший интерес у аудитории и привлечет новых клиентов.

4. Создание виртуальной реальности на сайте предприятия.

На сайте будет размещена ссылка на VR-тур по автопарку предприятия, где клиент сможет побывать внутри автомобиля и попробовать каждый из них в действии. Данная услуга поможет пассажирам выбирать комфортный для себя автомобиль (особенно подойдет лю-

дям, которых укачивает в процессе поездки из-за конструкции автомобиля) и получить демоверсию поездки. Таким образом каждый человек сможет выбрать свое идеальное транспортное средство для передвижения.

Конкуренция на рынке автотранспортных услуг растет, поэтому предприятиям необходимо быть проактивными и инновационными, чтобы добиться успеха. Тщательный анализ конкурентов, отзывы клиентов и ситуации на рынке, выбор правильной конкурентной стратегии и эффективный маркетинг – ключевые элементы успеха. Компаниям необходимо адаптироваться под клиентов и ориентироваться на их запросы, чтобы добиться устойчивого роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зачем бизнесу нужна конкурентная стратегия. – URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-konkurentnye-strategii-i-ih-vidy/?ysclid=mbw0xf5q83127816552#anchor-1> (дата обращения: 17.05.2025).
2. Маркетинг без ошибок: как принимать правильные решения для роста бизнеса. – URL: <https://zaochnik-com.com/spravochnik/marketing/marketingovye-strategii/prinjatie-marketingovyh-reshenij-v-kompanii/> (дата обращения: 17.05.2025).

УДК 656.13

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОДД НА МАГИСТРАЛЬНЫХ УЛИЦАХ Г. СЛУЦКА

Студ. гр. 101151-21 Даниленко Т. А.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доц. Ком Е. Н.

Слуцк – город на юге Минской области, административный центр Слуцкого района. Территория города около 24,6 км², население города чуть более 60 тыс. человек.