

## ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГРУЗОВЫХ МОРСКИХ ПЕРЕВОЗОК



**Мегей Екатерина Сергеевна,**

аспирант кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса; 690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41  
goldfish-kr@mail.ru



**Исаев Александр Аркадьевич,**

доктор экономических наук, профессор кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет, экономики и сервиса; 690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41  
isaevalex@list.ru

Объективной оценке конкурентоспособности каботажных грузовых морских перевозок, как и формированию эффективной системы управления их конкурентоспособностью препятствуют неразработанность унифицированной классификации факторов конкурентоспособности и отсутствие общепринятого взгляда на данный феномен в целом. В статье предложено разделить факторы конкурентоспособности каботажных грузовых морских перевозок малых судоходных компаний на основные, дополнительные и имиджевые. Расширен факторный состав данных групп. Предложенная классификация позволит в дальнейшем сформулировать рекомендации малым судоходным компаниям для обеспечения конкурентоспособности услуг этих компаний.

**Ключевые слова:** каботажные грузовые морские перевозки; эмоциональная теория продаж; факторы конкурентоспособности; система управления конкурентоспособностью; малые судоходные компании.

На современном этапе можно констатировать, что объективной оценке конкурентоспособности каботажных грузовых морских перевозок, как и формированию эффективной системы управления конкурентоспособностью каботажных грузовых морских перевозок препятствуют неразработанность унифицированной классификации факторов конкурентоспособности и отсутствие общепринятого взгляда на данный феномен в целом. Авторы статьи придерживаются точки зрения, согласно которой понятие «конкурентоспособность продукции» трактуется как такое свойство продукции, которое позволяет ей достигать максимально выгодного соотношения потребительской значимости (имеется в виду полное удовлетворение потребностей потребителя) и цены в сравнении с аналогичны-

ми конкурентными товарами [1]. В понятие «конкурентоспособность предприятия» вкладывается следующее содержание: чтобы предприятие, действующее на конкретном рынке, считалось конкурентоспособным, оно должно демонстрировать доходность (прибыльность), экономическую эффективность на уровне не ниже среднего в сравнении с этими же показателями всех предприятий в экономике [2,3].

К сожалению, в настоящее время нельзя сказать, что в полной мере используются перспективные теоретические и методологические разработки для обеспечения конкурентоспособности продукции. Особенно мало внимания уделяется оценке конкурентоспособности продукции посредством методики, основанной на эмоциональной теории продаж [4].

В данной статье преследуется цель идентификации и классификации факторов конкурентоспособности каботажных грузовых морских перевозок с перспективой разработки рекомендаций и научно обоснованной методики оценки конкурентоспособности таких перевозок, а также создания и внедрения максимально эффективной системы управления конкурентоспособностью каботажных грузовых морских перевозок в малых судоходных компаниях [5].

Авторы статьи на первом этапе предлагают классифицировать факторы конкурентоспособности каботажных грузовых морских перевозок на основные, дополнительные и имиджевые (табл.).

Рассмотрим предложенные факторы более подробно.