

**41-ая Всероссийская научно-
методическая конференция
"Актуальные вопросы качества
образования"**

Мегей Екатерина Сергеевна

*Методический подход
к оценке конкурентоспособности
морских перевозок*

Первый этап.

Расчет показателя потребительной значимости данной каботажной грузовой морской перевозки как интегрированного продукта

$$ПЗИП = \sum K_i \times P_i,$$

где K_i – удельная значимость («вес») данной потребности покупателя; P_i – степень удовлетворения данной потребности покупателя соответствующей характеристикой интегрированного продукта, балл.

Второй этап.

Расчет показателя потребительной привлекательности данной каботажной грузовой морской перевозки как интегрированного продукта (ППИП) по формуле:

$$\text{ППИП} = \text{ПЗИП} / \text{Ц},$$

где ПЗИП – показатель потребительной значимости данного интегрированного продукта, балл.; Ц – цена перевозки, руб.

Третий этап.

Расчет показателей:
потребительной значимости и
потребительной привлекательности
конкурирующих интегрированных продуктов
по формулам
соответственно 1 и 2..

Четвертый этап.

Расчет показателя конкурентоспособности данной каботажной грузовой морской перевозки как интегрированного продукта (КП) по формуле:

$$\text{КП} = \text{ППИП} / \text{ППИП}_{\text{max}}$$

где ППИП – потребительная привлекательность данного интегрированного продукта», балл./руб.; ППИП_{max} - максимальная потребительная привлекательность конкурирующих интегрированных продуктов, балл./руб.

А затем покупателей каждой из 3 групп необходимо разделить еще на 3 группы по такому признаку как «цена перевозки»:

- 1) «покупатели, приобретающие перевозку **НИЗКОГО** ценового диапазона»;
- 2) «покупатели, приобретающие перевозку **среднего** ценового диапазона»;
- 3) «покупатели, приобретающие перевозку **ВЫСОКОГО** ценового диапазона».

Сначала покупателей необходимо разделить на три группы по признаку «способ приобретения перевозки»:

- 1) «Офис-покупатель» («Обычный (стандартный) покупатель»);
- 2) «Интернет-покупатель»;
- 3) «Телефонный покупатель».

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что формирование частных методик оценки конкурентоспособности морских перевозок на основе предложенного методического подхода позволяет создать в судоходных компаниях систему управления потребительскими характеристиками морских перевозок с целью обеспечения конкурентоспособности последних.

ДОКЛАД ОКОНЧЕН

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!