

РЕЦЕНЗИЯ
на статью «Маркетинговый анализ конкурентной среды предприятия
на продовольственном рынке»

Конкуренция служит важнейшим способом повышения эффективности любой социально-экономической системы, в т.ч. предприятий, работающих на продовольственном рынке. В настоящее время в эпоху глобальной информатизации общества, предприятия, которые имеют в своем распоряжении наиболее достоверную информацию о рынке, добиваются конкурентных преимуществ в условиях глобальной рыночной нестабильности. В условиях усиливающейся конкуренции и потребности в импортозамещении на рынке продуктов питания данная тема особенно актуальна.

Особый интерес в статье представляют результаты маркетингового анализа конкурентной среды одного из предприятий, действующего на высоко конкурентном рынке растительного масла. На наш взгляд, в работе правильно сделан акцент на обосновании важности той маркетинговой информации, которая позволяет судить о степени лояльности целевой аудитории к торговой марке предприятия, о действиях ее конкурентов и поставщиков, а также об эффективности каналов продвижения бренда. Безусловно, данные таких исследований становятся обоснованием управленческих решений и основой позитивных внутрифирменных изменений.

В качестве важной задачи на пути активизации рыночной позиции анализируемого предприятия авторы указывают на разработку корректирующих действий, направленных на оптимизацию коммуникационных каналов предприятия и повышение эффективности дистрибуции товара через крупные розничные торговые сети. Эти выводы мы считаем вполне аргументированными и практически значимыми.

Резюме: статью Иванченко Олеси Валерьевны «Маркетинговый анализ конкурентной среды предприятия на продовольственном рынке» можно опубликовать в данном виде.

Рецензент: Селютина Лариса Григорьевна, д.э.н., профессор, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I. г. Санкт-Петербург, Россия