

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор
Матвеева Алла Ивановна

Афанасьев

Андрей

Александрович

Название статьи Процесс создания потребительской ценности как функция современного бизнеса

1. Актуальность темы

Статья полностью соответствует тематике журнала. В статье рассмотрены актуальные вопросы создания потребительской ценности в условиях повышения интенсивности конкурентной борьбы за глобального потребителя на международном рынке. Проведен анализ различных бизнес моделей по управления цепочкой создания потребительской ценности в условиях конкуренции.

2. Научная новизна, значимость работы

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в определении того, что достаточно большую часть таких общих издержек маркетинг-менеджмент компании в состоянии контролировать и снижать. Предложено модернизировать известные в менеджменте модели управления цепочкой создания потребительской ценности и адаптировать их для использования глобальной компанией

3. Логичность и последовательность изложения материала

Стиль изложения материала четкий и последовательный, что свидетельствует о компетентности автора в исследуемом вопросе.

4. Проведение анализа по заявленной проблематике

В статье в результате обзорного исследования установлено, что управленческие решения по снижению общих затрат и повышению, тем самым, воспринимаемой потребителем ценности окажут непосредственное влияние на показатели прибыльности бизнес-процессов. Таким образом, в условиях повышения интенсивности конкурентной борьбы за глобального потребителя эффективное управление бизнес-процессами компаний должно быть ориентировано на создание дифференцированной потребительской ценности.

5. Статистическая обработка материалов (эксперимент)

Основное внимание в работе акцентировано на подробном освещении того, что в более чем третьей части международных кросс-культурных исследований потребительского поведения исследователи выявили существенные различия в поведении и ценностях

глобальных потребителей. Для обоснованного принятия решений по управлению бизнесом в глобальных компаниях необходимо применять альтернативный подход к управлению цепочкой создания потребительской ценностью.

6. Исполнение методов научного познания

Методологическую основу исследования составили общенаучные методы познания, в частности, методы экономического и логического анализа, системный метод, синтез, метод декомпозиции, имитационное моделирование.

7. Цитируемость научных источников

Источники, цитируемые в настоящей статье, отражают современную точку зрения на исследуемую проблему.

8. Научный стиль изложения, терминология

В целом научная статья носит логически выстроенный и законченный характер. Рецензируемый материал аргументирован, имеет ссылки на используемые литературные источники.

9. Соответствие правилам оформления

Статья соответствует требованиям, предъявляемым к работам такого рода.

10. Замечания рецензента (если есть)

Замечаний по работе нет.

Рекомендации к опубликованию (подчеркнуть)		
<u>Публиковать безусловно</u>	Публиковать после доработки/устранения замечаний	Отклонить (обосновать)

Рецензент Бюллер Елена Александровна

Ученая степень к.э.н., доцент

Должность доцент

Место работы кафедра менеджмента Адыгейского государственного университета

