

Рецензия

на статью «Управление конкурентной позицией на рынке»

(авторы: Щепакин М. Б., Хандамова Э.Ф., Глазырина Е.О.)

В рецензируемой статье приведены результаты исследования по проблеме управления конкурентной позицией субъектов предпринимательской деятельности в условиях постоянно усложняющейся системы рыночных отношений между участниками рынка.

Представленная статья актуальна, поскольку преобразования в отечественной экономике с целью обеспечения наиболее устойчивого ее развития требуют активизации деловой активности предпринимательской сферы. Следует отметить, что при осуществлении изменений производственных и коммуникационных связей, при включении неиспользованных резервов и ресурсов, субъекты приобретают конкурентные преимущества на развивающихся рынках. В свою очередь, умелое управление конкурентной позицией на рынке обеспечивает субъектам-участникам хозяйственной деятельности достижение стратегических ориентиров.

Авторами проведена серьезная работа по обоснованию необходимости применения новых инструментов управления маркетинговым поведением хозяйствующего субъекта, так как наблюдается ослабление реакции экономических агентов на традиционные инструменты воздействия. Одним из таких инструментов является доверие. Авторы наполняют понятие «доверие» новым содержанием. Ресурсная составляющая доверия обеспечивает сбалансированность коммуникационных процессов в маркетинговом пространстве участников отношений.

Важным, по мнению авторов, является действия социума, характеризующие состояние социального капитала в обществе, и проявляющие себя в маркетинговом поведении (подкрепляемого его мотивационными установками) определяет характер и результат социально-экономического развития бизнеса и общества, которые отражаются во всех составляющих отношений субъекта с рынком, бизнесом, государством.

Довольно интересной представляется предложенная авторами модель управления конкурентной позицией субъекта на рынке посредством включения ресурсного подхода к формированию и повышению доверия к бизнесу как инструменту разрешения маркетингово-ресурсных противоречий в условиях усиливающейся ресурсной ограниченности.

Следует особо отметить глубину проработки теоретического материала по проблеме управления конкурентной позицией на рынке в контексте мнений зарубежных ученых и выполненных ими научных исследований. Авторами достаточно четко сформулированы выводы, материал структурирован грамотно и лаконично. Статья обладает новизной, теоретической и практической значимостью. Проведенное в рамках данной статьи научное исследование может быть интересно широкому кругу специалистов.

Рецензируемая статья полностью соответствует требованиям, предъявляемым к научным работам подобного рода. Статья может быть опубликована в открытой печати как представляющая научный (теоретический и практический) интерес для широкого круга лиц сферы предпринимательства.

И.о. заведующего кафедрой
экономической теории и инвестиций
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
технологический университет,
доктор экономических наук, профессор



И.В. Снимщикова