

Рецензия

на статью Пуль С.Д., Цибульников В.Ю. «Организационная модель управления выводом продукта на рынок в сегменте FMCG»

Характеристика и актуальность темы

Статья рассматривает организационные модели управления выводом продукта на рынок в сегменте товаров повседневного спроса. Тема актуальна в силу высокой конкурентности рынка FMCG, изменчивости потребительских предпочтений и роста онлайн-торговли, вынуждающих компании ускорять запуск новинок.

Анализ содержания исследования

Авторы анализируют состояние рынка FMCG и динамику каналов продаж на примере кондитерских изделий, сравнивают три модели продвижения — персонифицированную, экспериментальную и перспективную — в таблице. На этой основе предложена омниканальная модель, раскрыты роль «подключённых» покупателей и структура затрат на внедрение.

Теоретическая и практическая значимость

Сравнительный анализ моделей и обоснование омниканального подхода с детализацией затрат представляют интерес для FMCG-компаний, планирующих вывод новых продуктов.

Заключение

Статья представляет завершённое прикладное исследование, отвечает требованиям к научным публикациям и рекомендуется к опубликованию.

Рекомендую данную статью к публикации в научном журнале.

Рецензент: Абдиев Мурат Журатович, д.э.н., профессор

Ошский технологический университет им.Академика М.М.

Адышева

Reviewer Abdiev Murat Zhuratovich, Doctor of Economics,
Professor. Osh Technological University named after Academician M.M.
Adyshev

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Abdiev', with a long horizontal flourish extending to the right.