

## Рецензия

на статью Дивиной Т.В., Алексеева С.В.  
«Экологический маркетинг как конкурентное преимущество бизнеса»

### **Актуальность**

### **исследования**

Статья посвящена актуальной проблеме трансформации бизнес-моделей в условиях экологических вызовов и перехода к «зеленой» экономике. В современных условиях экологическая составляющая становится важнейшим фактором конкурентоспособности организаций, что определяет значимость исследования. Авторы обоснованно рассматривают экологический маркетинг как стратегический инструмент устойчивого развития бизнеса.

### **Научная**

### **новизна**

Научная новизна работы заключается в систематизации подходов к экологическому маркетингу и его роли в формировании конкурентных преимуществ. Авторы раскрывают содержание концепции «зеленого» маркетинга, анализируют его влияние на поведение потребителей и стратегию компаний, а также показывают его эволюцию от дополнительного элемента к ключевому фактору развития бизнеса.

### **Практическая**

### **изобретательность**

Практическая значимость исследования определяется возможностью применения предложенных подходов при формировании маркетинговых стратегий компаний. Использование инструментов экологического маркетинга способствует повышению лояльности потребителей, укреплению бренда и увеличению прибыли, что делает работу полезной для бизнеса и управленческой практики.

### **Заключение**

Статья представляет собой актуальное исследование, обладающее теоретической и практической ценностью. Работа логично структурирована и аргументирована. Рекомендуется к публикации в научном журнале.

Рецензент - Зенченко Светлана Вячеславовна - доктор экономических наук, профессор, Северо –Кавказский федеральный университет

The reviewer Zenchenko Svetlana Vyacheslavovna - Doctor of Economics,  
Professor, North Caucasus Federal University

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'S.V. Zenchenko', written in a cursive style.