

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор Веряскин Павел Геннадьевич

Название статьи «Особенности проведения исследований спроса и конъюнктуры рынка в сфере гостиничного бизнеса»

1. Актуальность темы

Статья полностью соответствует тематике журнала. Влияние маркетинговых исследований на функционирование гостиниц с каждым годом повышается, так как с их помощью можно здраво оценить свои возможности на данном рынке, достигать больших преимуществ по сравнению с конкурентами, привлекать новые сегменты потребителей и, наконец, увеличивать прибыльность бизнеса. К тому же для лучшей ориентации на рынке и лидерства в конкурентной схватке как раз необходимы знания конъюнктуры рынка.

2. Научная новизна, значимость работы

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в развитии научных знаний в выявлении закономерностей и тенденций развития аспектов анализируемого рынка и определении комплекса мер, необходимых для полного удовлетворения спроса клиентуры на производимые услуги и более продуманного использования имеющихся ресурсов отеля.

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 раскрываются особенности, присущие исследованию рынка гостиничных услуг. Описываются, задачи исследования спроса и конъюнктуры, показатели конъюнктуры рынка гостиничных услуг, а также факторы, воздействующие на конъюнктуры рынка отельного бизнеса.

5. Статистическая обработка материалов (эксперимент)

Основное внимание в работе акцентировано на том, что проводя исследование спроса и конъюнктуры рынка, гостиничная организация снижает уровень коммерческого риска. На основе полученных и систематизированных данных о спросе менеджмент отеля может определить соответствующий сегмент обслуживания и соответствующую рыночную нишу, а также выбрать направление дифференциации услуг и устанавливать оптимальный уровень цен. Также знание спроса даёт возможность для улучшения качества и расширения ассортимента выпускаемых услуг в отеле. Гостиничные компании, игнорирующие маркетинговые исследования вряд ли добьются лидерства на рынке и признания потребителей. В конце концов, такая организация не будет представлять, как работать в современных условиях и будет вынуждена просто уйти с арены.

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 экономической безопасности и управления человеческими ресурсами Адыгейского государственного университета


