

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ

Автор Стешенко И.В., Чекашкина Н.Р.

Название статьи Проблемы продвижения предприятия ресторанного бизнеса в цифровой среде

1. Актуальность темы

Статья полностью соответствует тематике журнала. Сфера общественного питания, и в частности, ресторанного бизнеса, является индикатором благополучия потребителя, стабильности его финансового положения. Доказано, х. В статье был проанализирован спектр трудностей и проблем, с которыми сталкиваются рестораны при продвижении своего имиджа и сервиса, приведены рекомендации по устранению и совершенствованию мероприятий цифрового маркетинга ресторанного бизнеса.

2. Научная новизна, значимость работы

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в определении того, что снижение уровня потребительских доходов напрямую влияет на посещаемость заведений общественного питания.

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 изучены проблемы цифрового маркетинга, с которыми сталкиваются предприятия ресторанного бизнеса в современные условия.

5. Статистическая обработка материалов (эксперимент)

Основное внимание в работе акцентировано на том, что жесткая конкурентная среда также ограничивает порог рентабельности в отрасли и заставляет участников рынка активно использовать различные инструменты продвижения.

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

