

РЕЦЕНЗИЯ НА СТАТЬЮ, поступившую в журнал «Агрофорсайт»

Автор(ы) Гиоргадзе Дарья Отариевна Научный руководитель – Евграфова Людмила Владимировна

1. Соответствие тематики статьи указанному номеру

Название статьи **SMM-СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФЕРМЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ АУДИТОРИИ В АГРОБИЗНЕСЕ**
научной специальности по классификации ВАК

Соответствует ☒

Не соответствует ☐

соответствует _____

Если отмечено «Не соответствует», то указать номер(а) специальностей по номенклатуре ВАК

2. Соответствие названия статьи ее содержанию

Соответствует ☒

Не соответствует ☐

Если отмечено «Не соответствует», то обязательно наличие содержательного комментария

3. Оценка научной статьи по критериям по 5-ти бальной шкале

Критерий	1-балл отсутствует	2- балла плохо	3-балла удовлет- ворительно	4-балла хорошо	5-баллов отлично
• оригинальность;					+
• логическая строгость;					+
• статистическая строгость;				+	
• ясность и лаконичность стиля письма;					+
• теоретическая значимость;				+	
• достоверные результаты;				+	
• актуальность для современных областей исследования;					+
• воспроизводимость результатов;					+
• охват литературы;					+
• применение результатов					+

3. Актуальность тематики статьи:

Да ☐

Нет (частично) ☐

полнота и объективность отражения в статье существующего состояния
рассматриваемых вопросов:

Да ☒

Нет (частично) ☐

наличие библиографических ссылок на значимые публикации в характерных источниках информации, в том числе за последние годы:

Да ☒

Нет (частично) ☐

Если отмечено «Нет», то приводятся рекомендации авторам

4. Новизна представленных научных результатов;

Да ☒

Нет (частично) ☐

научная и/или практическая значимость;

Да ☒

Нет (частично) ☐

обоснованность изложенных научных результатов;

Да ☒

Нет (частично) ☐

корректность использованной методологии, методов, приемов исследования;

Да ☒

Нет (частично) ☐

иллюстративный материал достаточно полно отражает изложенные научные результаты

Да ☐

Нет (частично) ☒

Если отмечено «Нет», то обязательны замечания и рекомендации авторам

5. Особые замечания (при необходимости)

Работа представляет собой актуальное исследование роли SMM-продвижения в развитии агробизнеса и формировании лояльности потребителей к фермерской продукции. Автор убедительно демонстрирует, что в условиях растущего спроса на экологически чистые продукты и высокой конкуренции SMM становится стратегическим инструментом, позволяющим малым хозяйствам выстраивать прямую коммуникацию с аудиторией, повышать узнаваемость бренда и укреплять доверие через прозрачность производства. В статье систематизированы ключевые преимущества и барьеры использования социальных сетей в агробизнесе, предложены практические методы повышения лояльности (сторителлинг, регулярная вовлечённость, таргетированная реклама, кризис-менеджмент, пользовательский контент) и проиллюстрированы их примеры на базе реального КФХ. Исследование сочетает теоретический анализ с прикладными рекомендациями, опираясь на статистические данные и актуальные источники, и даёт чёткое понимание того, как системное применение SMM-стратегий способствует устойчивому развитию фермерских хозяйств на современном рынке.

Статья рекомендуется для печати в представленном виде

6. Заключение рецензента

Статья рекомендуется для печати в представленном виде



Статья может быть рекомендована для печати после устранения замечаний



Требуется значительная переработка статьи и повторное рецензирование



Статья не рекомендуется для печати



Статья соответствует требованиям Публикационной этики журнала «Агрофорсайт», отсутствует конфликт интересов авторов и рецензента.

Рецензент _____

(ФИО полностью, место работы, должность, ученая степень, моб. тф, e-mail)

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

Дата 12.11.2025