

Рецензия
на выпускную квалификационную работу бакалавра
на тему

«Социально-экономический анализ рынка интернет-магазинов»

Проценко Дарьи Александровны

ООП ВО «Социология»

по направлению «Социология»

профиль «Экономическая социология»

1. Четкость постановки целей и задач исследования

Цель выпускной квалификационной работы Проценко Д.А. – «определить степень распространенности услуг интернет-магазинов среди жителей Санкт-Петербурга» (с. 5 ВКР). Анализ структуры работы и ее замысел, отраженный в названии ВКР, свидетельствуют, что цель исследования сформулирована нечетко. Разве социально-экономический анализ интернет-магазинов сводится к определению степени распространенности их услуг среди населения Санкт-Петербурга? Кроме того, формулировка задач исследования выходит далеко за рамки поставленной цели.

2. Обоснованность структуры и логики исследования

Структура работы выглядит неубедительной. Главы 1 и 2 не связаны с главой 3, в которой практически не представлены теоретические положения, описанные в двух первых главах.

3. Наличие вклада автора в результаты исследования

Проверка работы на плагиат свидетельствует о том, что исследование в основном носит самостоятельный характер - процент заимствований допустимый (15%). Вклад автора определяется тем, что был проведен самостоятельно интернет-опрос жителей Санкт-Петербурга с целью выявления их отношения к интернет-покупкам и интернет-магазинам. Хотя методика опроса вызывает нарекания.

4. Новизна и практическая значимость исследования

К сожалению, проведенное исследование не содержит элементов новизны. Первые две главы – это обзор литературы по проблематике информационного общества и проблематике общества потребления. Знакомство с этим материалом позволяет заключить, что ничего нового автор ВКР не привнес в рассмотрение названных выше тем. Более того, как отмечалось выше, этот обзор не содержит полезных выводов для эмпирического исследования, результаты которого отражены в главе 3. Также с сожалением могу констатировать, что я не обнаружила практической пользы от проведенного автором эмпирического исследования.

5. Корректность использования методов исследования и анализа экономической информации

Во введении заявлено, что в исследовании используются методы: контент-анализ исследований рынка интернет-магазинов; онлайн анкетирование жителей СПб (с. 6). К сожалению, в тексте работы я не обнаружила ни описания методики контент-анализа, ни самого анализа, хотя я насчитала приблизительно

20 работ, содержащих результаты исследований онлайн шопинга и имеющих непосредственное отношение к теме исследования, которые есть в свободном доступе в Интернете, но которых нет в списке литературы и соответственно в списке источников для контент-анализа. На с. 42-45 вместо контент-анализа можно увидеть описание запросов в системе «Яндекс», связанных с интернет-магазинами. Но это другая история. Это не контент-анализ исследований по теме.

Также есть замечания по методике проведения опроса и по опроснику. Начнем с программы исследования и формулировки гипотез (с.40-41). Смущает сама концепция исследования. В качестве проблемы обозначено: «вследствие стремительного развития информационного общества интернет-магазины способны в скором времени потеснить традиционные магазины» (с. 40). Читатель ожидает, что в исследовании будет рассматриваться влияние фактора информатизации на предпочтения потребителей в выборе магазинов. Соответственно гипотезы исследования будут связаны с предположениями о том, какие интернет-технологии влияют на выбор интернет-магазинов, какие социальные факторы, связанные с информатизацией, влияют на этот выбор. Однако на с. 41 видим совершенно другие гипотезы, причем они выглядят тривиальными. На с. 41 указано, что использована стихийная выборка. Что это такое, я не знаю. В тексте нет аргументации репрезентативности и валидности полученных данных. Сама выборка описана только по двум параметрам, хотя в опроснике есть и другие параметры: образование, частота посещения интернет-магазинов. Теперь об опроснике. Видно, что при его конструировании студентка не опиралась на существующие исследования по теме. Поэтому ряд важных параметров, таких как доверие интернет-магазину, зависимость выбора магазина от включенности в сеть Интернет, в целом зависимость от Интернет, выпали из поля зрения автора ВКР. Некоторые вопросы сформулированы некорректно, например вопрос 3 (об образовании).

6. Актуальность используемых информационных источников

Список литературы содержит 46 источников, в том числе научных и учебно-методических публикаций – 40 источников, что явно недостаточно для раскрытия такой сложной темы. Совсем нет источников, характеризующих результаты социологических исследований E-shopping, online shopping, поведение покупателей, ориентированных на онлайн шопинг.

7. Достоинства работы

К достоинствам работы относится следующее: в ходе подготовки ВКР Проценко Д.А. изучила фундаментальные социологические труды по исследованию рынков и по обществу потребления, а в самой работе продемонстрировала соответствующее знание и понимание того, в чем суть информационного общества, в чем суть общества потребления. Также студентка продемонстрировала понимание того, что представляет собой социально-экономический анализ рынка и потребления.

8. Замечания и недостатки работы

Основное замечание по работе Проценко Д.А. – эмпирическое исследование не опирается на имеющиеся разработки в области изучения потребительского

поведения и потребительского выбора интернет-магазинов и интернет-покупок. Также справедливы все замечания, высказанные выше.

9. Вопросы для защиты

1. Что такое стихийная выборка?
2. Что такое рынок интернет-магазинов?

10. Допуск к защите и оценка работы

Выпускная квалификационная работа Проценко Дарьи Александровны на тему «Социально-экономический анализ рынка интернет-магазинов» соответствует требованиям образовательного стандарта СПбГУ по уровню бакалавриата по направлению «Социология» лишь частично. С учетом актуальности и сложности выбранной темы оцениваю ее на D – удовлетворительно.



Рецензент, д.с.н., проф.
проф. кафедры социологии культуры
и коммуникации СПбГУ
26.05.2018

(Минина В.Н.)