

Рецензия  
на выпускную квалификационную работу обучающейся СПбГУ,  
направления «Социология» (магистратура), профиля «Экономическая социология»  
Дарьи Никитичны Ивановой  
по теме: «Корпоративная социальная ответственность в сфере fashion-ритейла:  
экономико-социологический анализ»

Выпускная квалификационная работа учащейся магистратуры Д. Н. Ивановой выполнена на актуальную тему – исследование современных практик социальной ответственности бизнеса в России, на примере предприятий сферы fashion-ритейла. Актуальность темы несомненна, так как автор в работе анализирует основные проблемы формирования корпоративной социальной ответственности в России. А социальная ответственность бизнеса, основы для ее формирования – тема важная для реализации социальной политики государства.

ВКР включает две главы, разбитые на параграфы, введение, заключение, список литературы и приложения, содержащие инструментарий эмпирического социологического исследования. Во введении автор изложил свои взгляды на актуальность, степень разработанности темы, цель и задачи, теоретико-методологические основы ВКР (с. 3-10). Структура ВКР обусловлена заявленными во введении задачами (с. 8-9). В первой главе автор анализирует основные теоретические подходы к исследованию КСО, особое внимание уделяя как анализу самого понятия КСО, так и сравнительному анализу разных точек зрения на политику КСО (с. 11-20). Несомненный интерес представляет параграф, где автор анализирует и критический подход к концепции КСО (с. 20-29). Хотя наибольший интерес вызывает экономико-социологический подход к изучению корпоративной социальной ответственности, которого придерживается и автор, излагая свое видение принципов ее изучения в рамках экономической социологии (с. 29-41). Во второй главе автор излагает результаты эмпирического социологического исследования особенностей реализации стандартов и стратегий КСО в рамках деятельности компании сферы fashion-ритейла (с. 41-80). Здесь автор анализирует особенности предприятий указанной сферы бизнеса, приходя к выводу о том, что российские предприятия, представляющие данную сферу, пока «не уделяют особого внимания проблемам, связанным с корпоративной социальной ответственностью» (с. 54). Хотя ситуация начинает меняться. И эти изменения автор выявил посредством эмпирического социологического исследования (с. 55-79). В частности, автор опирается в своих выводах на данные глубинного интервью с постоянными потребителями продукции предприятий fashion-ритейла. Следует отметить корректность и понятность изложения материалов исследования и выводов из него. Анализ эмпирической информации подкреплен программой и инструментариумом, который может быть использован в аналогичных исследованиях (с. 93-100).

Результаты ВКР Д. Н. Ивановой представляют значительный интерес и для экономической социологии, и для решения прикладных задач реализации политики КСО отечественными и зарубежными компаниями. Текст ВКР характеризуется логикой изложения материалов теоретических и эмпирических исследований. Содержание ВКР соответствует заявленному названию. Список литературы включает достаточное количество необходимых, современных источников по теме исследования. ВКР выполнена на высоком профессиональном уровне. Однако, автору можно было бы задать следующий вопрос: исследование имеет прикладную направленность, но какие рекомендации автор мог бы сформулировать для корректировки реализации стратегий корпоративной социальной ответственности предприятий сферы fashion-ритейла?

ВКР Д. Н. Ивановой отвечает всем требованиям, предъявляемым к ВКР магистров. Автор, несомненно, заслуживает положительной оценки «отлично». Д. Н. Ивановой можно было бы порекомендовать продолжить научную работу в избранном направлении исследований.

кандидат социологических наук, доцент,  
доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин  
ФГБОУ ВО «Национальный государственный  
университет физической культуры,  
спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта»

М. Е. Чудаев



МАЙ 2019

НАЧАЛЬНИКА СЛУЖБЫ КАДРОВ

А С МАКСИМОВА