

Рецензия
на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ,
направления «Социология»,
программы магистратуры «Социология в России и Китае»
Ли Лянюй
по теме: «**Особенности развития ресторанной индустрии в России и Китае**»

Выпускная квалификационная работа учащегося магистратуры Ли Лянюй посвящена интересной теме – сравнительному изучению особенностей развития ресторанной индустрии в России и Китае. Данная тема представляет интерес в рамках развития такого направления, как социология питания.

ВКР включает три главы, разбитые на параграфы, введение, заключение, список литературы и приложения, содержащие инструментарий эмпирического социологического исследования. Во введении автор изложила свои взгляды на актуальность, степень разработанности темы, цель и задачи (с. 3-4). Структура ВКР обусловлена заявленными во введении задачами. В первой главе автор представил результаты анализа ресторанного бизнеса, как сферы услуг в России (с. 5-38). В этой главе интерес представляет параграф, в котором автор анализирует особенности управления ресторанами в условиях российского рынка (с. 30-38). Вся вторая глава посвящена изучению ресторанного бизнеса в Китае (с. 38-60). Автор анализирует в этой главе особенности и проблемы развития ресторанной индустрии в КНР. В качестве основных проблем автор видит «высокую конкуренцию, вынужденную переориентацию рестораторов на массовый потребительский рынок, рост цен за аренду, медленное развитие роботизации официантов» (с. 62). Вся третья глава посвящена сравнению развития ресторанного бизнеса в России и Китае (с. 64-76). Автор приходит к выводу о том, что «различия в ресторанной индустрии России и Китая связаны, по нашему мнению, именно с разницей культур. Если китайцы предпочитают обедать вне дома, то закономерно активное развитие ресторанной индустрии и ее совершенствование в Китае. Для русских людей, особенно воспитывавшихся в эпоху СССР, принято обедать дома, а выход в любое заведение общественного питания – это, скорее, исключение. И в России, и в Китае рынок ресторанных услуг развивается неравномерно в крупных городах и регионах. Ресторанный бизнес в Китае по своим сегментам схож с российским, за исключением кофеен. В отличие от России, в Китае любое заведение общественного питания называют рестораном» (с. 74-75). В заключении автор подводит итоги исследования, обращая внимание прежде всего на перспективы индустрии моды в России и Китае (с. 76-79).

Результаты ВКР Ли Лянюй представляют теоретический и практический интерес как для экономической социологии, такого направления, как социология питания, так и для прикладных исследований в сфере организации ресторанного бизнеса в России и Китае. 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. Однако, автору можно высказать замечания по тексту:

1. Автор много пишет про особенности ресторанного бизнеса в наших странах. Но какие факторы являются наиболее важными для развития этого бизнеса в России и Китае?

2. Какие практические рекомендации автор мог бы сформулировать на основе результатов своего исследования для модернизации организации ресторанного бизнеса в России и Китае?

ВКР Ли Лянюй отвечает требованиям, предъявляемым к ВКР учащихся магистратуры. При условии ответов на заданные выше вопросы, автор может заслужить оценку «хорошо».

доктор социологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Национальный государственный Университет
физической культуры, спорта
и здоровья имени П.Ф.Лесгафта, Санкт-Петербург»
спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта»

