

ОТЗЫВ

о выпускной квалификационной работе Сахновой Марины Андреевны на тему: «Социально-экономические аспекты цифровизации в сфере потребления продуктов питания»

Выпускная квалификационная работа Сахновой М.А. посвящена исследованию расширения границ рыночного пространства посредством информационно-коммуникативных технологий. Являются ли цифровые платформы простым маркетинговым инструментом или сегодня можно говорить о глобальном переходе к качественно новому состоянию общества и социальных отношений? В качестве объекта исследования выбран рынок продуктов питания в большом городе. Для Марины Андреевны актуален вопрос: «Как цифровизация способствует расширению рыночного пространства, ... как она меняет социальные аспекты жизни людей, связанных с производством, дистрибуцией и потреблением ... продуктов питания» (С.7).

Автор высказывает предположение, что цифровые платформы способны преобразовывать свободное социальное пространство в рыночное и изменять социальные практики участников рынка (производителей, дистрибьюторов, потребителей). К социально-экономическим аспектам процесса цифровизации рынка продуктов питания, на которые следует обратить внимание, она относит: доверие, коммуникацию и выбор. Для верификации выдвинутой гипотезы автором было проведено эмпирическое исследование на тему «Социальные практики участников цифровых продуктовых платформ», в основе которого лежит смешанная стратегия. Исследование проводилось как среди потребителей продуктовых цифровых платформ и дистрибьюторов (курьеров сервисов доставки еды «Яндекс.Еда», «Самокат» и «Delivery.Club») в Санкт-Петербурге в марте 2021 г., так и производителей. Достоверность результатов обеспечивается использованием апробированных в экономической социологии методик – структурированного интервью (было проведено в формате онлайн с помощью сервиса Google Forms), функционального интервью и анализа документов. Данный выбор позволил подробно изучить эмпирический объект и раскрыть заявленную тему выпускной квалификационной работы. Для решения поставленной исследовательской проблемы была выбрана актуальная методология, которую составили следующие эконом-социологические подходы: социальные исследования цифровой экономики Н.Срничека, М.Грехэма, К.Грегори, концепция рационального выбора Д. Коулмана, мифологическая концепция Р. Барта, концепция потребления Ж. Бодрийяра, концепция доверия П. Штомпки, концепция цифровой трансформации еды Д. Карповой, исследования потребительских практик населения А.Томилова и А. Салагаева и др. В итоге своего исследования Марина

Андреевна приходит к выводу, что «развитие информационно-коммуникационных технологий меняет социальное пространство ... теперь оно выходит за <свои> рамки и заполняет другие пространства, ранее не предназначенные для подобной экономической деятельности». И далее «цифровые платформы ... создают растущую социальную дифференциацию в обществе и трансформируют ... социальные аспекты жизни людей». Работа цифровой платформы требует формирования у всех участников рынка (потребителей, дистрибьюторов и потребителей) цифрового доверия, доверия к технологии, алгоритму, за которым скрывается анонимное межличностное доверие. Также меняется и технология совершения выбора. Выбор потребителя носит плановый характер, заданный платформой, он осуществляется на основе встроенных алгоритмов оценок (рейтингов, акций, брендов и др.). Выбор производителя определяется, главным образом, способами сокращения издержек. И в этом вопросе цифровизация способствует появлению «темных кухонь» и «темных магазинов», существенно снижая расходы на содержание экономического пространства. Постоянный спрос на продукт/услугу обеспечивается цифровой платформой и круглосуточной доступностью сервисов-доставки (дистрибьюторов). При этом цифровая платформа посредством встроенных алгоритмов также управляет работой дистрибьюторов (курьеров), определяя объем и место их работы, перекадывая на них многие социальные риски. Изменения происходят и в системе коммуникации. Прежде всего, цифровое потребление еды является новым способом самоидентификации. Также коммуникация становится полностью опосредованной цифровой платформой (речь идет о создании цифрового профиля продукта/услуги, системе заказа и отслеживания продукта/услуги, связи с курьером и системе отзывов, службе поддержки и др.). Таким образом, выдвинутая гипотеза подтвердилась.

Особого внимания заслуживает внеучебная деятельность Марины Андреевны. Студентка обладает активной социальной позицией, постоянно стремится развивать свои общекультурные и профессиональные компетенции. В 2017 г. она участвовала в бизнес-игре, организованной компанией «Unilever», в 2018 г. в играх КВН в рамках факультета Социологии СПбГУ, в 2019 г. была волонтером на Петербургском Международном Экономическом Форуме. В 2020 г. для организаторов Санкт-Петербургского Международного Форума Труда в составе исследовательского коллектива она проводила исследование, направленное на выявление уровня удовлетворенности посетителей организацией МФТ 2020. В 2021 г. студентка проводила социологическое исследование в составе исследовательского коллектива для коммерческой организации ООО «ИТЛВ» с

целью выявления практик пищевого поведения и потребительского выбора студентов Санкт-Петербурга. Также Марина Андреевна активно участвовала в научных конференциях: в 2020 г. во Всероссийской научной конференции Ковалевские чтения «Цифровое общество – новый формат социальной реальности: структуры, процессы, и тенденции развития» с докладом «Проблема цифрового доверия на рынке онлайн-сервисов доставки еды», по результатам которой имеет публикацию РИНЦ, а в 2021 г. в российско-китайской социологической конференции «Антикоррупционная культура и молодежь в России и Китае: современное государство, бизнес, общество».

При подготовке работы Марина Андреевна показала умение анализировать, обобщать и систематизировать используемые источники по проблеме, учитывая их обилие и разнообразие. Следует отметить глубокую проработку автором литературы для выявления сущности проблемы цифровизации рынка продуктов питания, что позволило сформировать необходимые методологические и методические основания для программы социологического исследования. Также автор продемонстрировала творческое мышление и незаурядный подход в проведении эмпирического исследования. Работа является законченным самостоятельным исследованием, отвечает всем требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам подобного рода, и заслуживает высокой оценки, а Сахнова М.А. присуждения степени бакалавра по направлению подготовки 39.03.01 «Социология».

Доцент кафедры экономической социологии,

кандидат социологических наук



Смелова А.А.