**РЕЦЕНЗИЯ**

**на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ**

**Ивановой Марии Сергеевны**

**по теме** «Доверие потребителя к органическим продуктам питания на рынках России и Германии»

1. **Четкость постановки целей и задач исследования**

Цель исследования – выявить общие и специфические факторы, влияющие на формирование доверия потребителей к органическим продуктам на рынках России и Германии (с. 5). Формулировка цели соотносится с исследовательским вопросом. Задачи исследования конкретизируют цель (с.5). Сказанное свидетельствует, что цель и задачи исследования сформулированы четко.

1. **Обоснованность структуры и логики исследования**

Логика исследования соответствует поставленным целям, она раскрывается в структуре диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав основного текста, заключения, списка литературы и шести приложений. Во введении обоснованы актуальность, объект, предмет, цель и задачи исследования, раскрыты теоретическая рамках исследования и его эмпирическая база. В первой главе на основе анализа литературы определены ключевые понятия: «органическая еда», «доверие», «доверие к органической еде». Во второй главе описаны дизайн и результаты сравнительного исследования процесса формирования потребительского доверия к органической еде на продовольственных рынках России и Германии. В заключении содержатся выводы об общих и специфических факторах, влияющих на формирование потребительского доверия к органической еде на рынках России и Германии. Список литературы включает 148 источников по теме диссертации. В приложениях содержатся программа, инструментарий исследования и примеры интервью. Анализ структуры работы позволяет заключить, что она соответствует логике исследования, сбалансирована, гармонична.

1. **Наличие вклада автора в результаты исследования**

Автором диссертации проведен анализ теоретических подходов к определению понятия «органическая еда», а также к определению и оценке уровня доверия на рынке продовольствия. Также Ивановой М.С. проведено сравнительное эмпирическое исследование факторов, влияющих на формирование доверия к органической еде на продовольственных рынках России и Германии. Исследование выполнено в стиле кейс стади.

1. **Новизна и практическая значимость исследования**

Эмпирическое исследование, выполненное Ивановой М.С., является оригинальным. Заслуживает внимания и поддержки подход автора, в соответствии с которым для сравнительного межстранового анализа факторов формирования доверия к органической еде на продовольственных рынках предлагается использовать понятие «система органической еды». Эта система включает в себя следующие элементы: производство органической еды, рынок органической еды, институты контроля производства и рынка органической еды, поведение потребителей на рынке органической еды. Поведение потребителей рассматривается через призму трех составляющих: мотивация к потреблению органической еды, выбор органических продуктов и мест их приобретения, покупка органических продуктов как повседневная практика (с.56-57). Анализ нормативных документов, публикаций в СМИ, а также ответов на вопросы анкеты участников социальных сетей Facebook (немецких потребителей органической еды) и Вконтакте (российских потребителей органической еды) позволил студентке выявить общие и специфические факторы, влияющие на формирование доверия к органической еде на российском и немецком рынках продовольствия. Полученные автором выводы имеют практическое значение.

1. **Корректность использования методов исследования и анализа** Социологические методы, а также анализ социальной информации использованы корректно. При проведении эмпирического исследования соблюден принцип методической триангуляции.
2. **Актуальность используемых информационных источников**

Как видно из списка литературы, Ивановой М.С. использован достаточный объем источников для комплексного освещения выбранной темы. Литературные источники отражают современное состояние исследований в области доверия на рынке органической еды.

1. **Достоинства работы**

К несомненным достоинствам диссертации Ивановой М.С. относятся целостность и завершенность исследования, логически обоснованная структура работы, лаконичность изложения основных теоретических положений и результатов диссертационного исследования. Работа написана хорошим литературным языком.

1. **Замечания и недостатки работы**

В параграфе 3 главы Мария Сергеевна рассматривает влияние СМИ на доверие потребителей к органической еде. На с. 58-59 перечисляются немецкие и российские издания, которые использовались для анализа публикаций по тематике органической еды. Однако автор не обосновывает, почему были выбраны именно эти издания, за какой период проводился анализ, как проводился анализ выбранных текстов, какие методы анализа использовались.

1. **Допуск к защите и оценка работы**

Несмотря на указанное замечание, выпускная квалификационная работа Ивановой Марии Сергеевны на тему «Доверие потребителя к органическим продуктам питания на рынках России и Германии» посвящена решению актуальной исследовательской проблемы, представляет собой самостоятельное научное исследование, имеющее целостный и завершенный характер. Она полностью отвечает требованиям, предъявляемым к магистерским диссертациям в СПбГУ, и заслуживает оценки «отлично (А)».

**Рецензент**,

исследователь, SIAR Ганскау Е.Ю.

07.06.2017