

ОТЗЫВ

**официального оппонента, доктора социологических наук,
доцента Певной Марии Владимировны
на диссертацию Олумекора Майкла Осиолеха
«Потребительское онлайн-поведение людей пожилого возраста:
социологический анализ»,
представленную на соискание учёной степени кандидата
социологических наук по специальности
5.4.2. «Экономическая социология» (социологические науки)**

Актуальность темы диссертационного исследования. Цифровая трансформация общества предъявляет особые требования к изучению поведенческих моделей различных социальных групп, в частности, пожилых людей, чья адаптация к новым технологиям нередко сопровождается трудностями. Этот процесс оказывает значительное влияние на повседневную жизнь людей различного возраста, однако представители старшего поколения зачастую испытывают сложности в адаптации к новой реальности (С. 44). Проблема цифрового неравенства, проявляющаяся в ограниченном доступе пожилых людей к преимуществам электронного пространства, становится предметом повышенного интереса учёных и общественных деятелей (С. 41). Автор диссертации справедливо указывает на наличие парадоксальной ситуации, при которой значительная часть потенциальных потребителей оказывается исключённой из сферы потребления только вследствие возрастных ограничений и недостатка цифровых компетенций. В связи с этим исследование, посвящённое особенностям потребительского онлайн-поведения пожилых людей, приобретает особую актуальность и значимость.

Диссертационная работа Олумекора М.О. направлена на комплексное изучение факторов, обуславливающих специфику потребительского онлайн-поведения пожилых людей в цифровой среде. Автор убедительно обосновывает выбор темы, подчеркивая возрастающую долю пожилых людей в структуре населения и одновременно отмечая низкий уровень их активности в онлайн-пространстве. Это противоречие служит отправной точкой для

глубокого анализа факторов, формирующих потребительские предпочтения и привычки пожилых россиян. Особый акцент в диссертации делается на региональных особенностях Свердловской области, что делает исследование локально значимым и потенциально полезным для совершенствования социально-экономической политики региона.

Анализ ключевых аспектов диссертации

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке комплексного подхода к изучению потребительского онлайн-поведения пожилого населения, рассматриваемого как уникальный социально-экономический феномен (С. 58–59). Данный феномен характеризуется особенностями формирования под воздействием различных видов социального и экономического неравенства, препятствующих полноценному участию пожилых людей в процессах онлайн-потребления. В исследовании предложена трёхэтапная периодизация развития онлайн-торговли в России, в рамках которой демонстрируется динамика изменения степени вовлечённости пожилых людей в онлайн-потребление (С. 51). Эта периодизация является элементом научной новизны диссертации, показывая и закономерности и тенденции, характерные для разных этапов становления рынка онлайн-продаж в России. Научной новизной диссертации является и создание оригинальной методики изучения потребительского онлайн-поведения пожилых людей (С. 79). Данная методика обеспечивает возможность глубокого анализа факторов, влияющих на поведение пожилых людей при совершении покупок в Интернете. Признаками новизны, безусловно, обладают и выявленные особенности влияния на потребительское онлайн-поведение пожилых людей различных факторов, наиболее важным из которых представляется социальное влияние. Предложенная в диссертации совокупность положений, позволяющих активизировать вовлеченность пожилых людей в онлайн-потребление, также составляет научную новизну диссертации. Такие рекомендации, объединённые в механизм более инклюзивного потребительского онлайн-поведения пожилых людей,

обладают потенциалом применения в работе органов государственной власти и местного самоуправления; на их основе могут разрабатываться программы адаптации пожилых людей к стремительно меняющимся социально-экономическим условиям жизнедеятельности, которые сегодня характеризуются масштабной и стремительно увеличивающейся цифровизацией российского общества.

В первой главе диссертации автор детально анализирует мировую и российскую практику развития онлайн-торговли, подчеркивая её быстрый рост и влияние на экономику. В диссертации на основании объективных маркетинговых данных и статистики показано, что глобальный рынок электронной коммерции стремительно масштабируется: с 1,3 трлн долларов в 2014 году он увеличился до 5,78 трлн долларов в 2024 году, а к 2027 году ожидается достижение отметки в 8 трлн долларов (С. 24). В первой главе диссертации также показана впечатляющая динамика российского рынка электронной коммерции: прирост в 48% в 2023 году поставил страну в число мировых лидеров по темпам роста онлайн-торговли; количество пользователей мобильного интернета в России превысило 103 млн человек, что составляет более 85% населения страны (С. 24).

Первая глава диссертации также представляет обстоятельный обзор теоретических концепций, позволяющих объяснить феномен потребительского поведения пожилых людей в цифровой среде (С. 60). Обращаясь к таким теоретическим концепциям, как теория поколений, концепция цифрового разрыва, диспозиционная теория регуляции социального поведения и ряду других концепций, в диссертационной работе выстраивается прочная методологическая основа для последующего эмпирического анализа. Заслуживает внимания предложенная автором периодизация этапов развития онлайн-торговли в России, отражающая эволюционные процессы трансформации потребительской культуры. Автор выделяет три этапа развития онлайн-торговли в России: зарождение (2000–2009 гг.), интенсивное развитие (2010–2019 гг.) и современный этап,

начавшийся с пандемии COVID-19 (с 2020 г.). Каждый этап характеризуется своими особенностями и уровнем вовлеченности пожилых людей, что позволяет проследить эволюцию их потребительского поведения (С. 51).

Во второй главе приводится подробное описание эмпирического этапа исследования, основанное на опросе 320 пожилых людей в возрасте от 60 до 90 лет, проживающих в Свердловской области. Анкетирование и глубинные интервью позволили собрать обширный материал, подтверждающий выдвинутые гипотезы (С. 91-92). Автор разработал оригинальную модель исследования («модель исследования потребительского онлайн-поведения пожилых людей»), учитывающую влияние множества факторов на потребительское онлайн-поведение пожилых людей (С. 78). Применение кластерного анализа дало возможность разделить пожилых потребителей на две группы – активных и пассивных участников онлайн-рынка, что подчеркивает неоднородность целевой аудитории и необходимость индивидуального подхода к каждой из выделенных групп.

В ходе исследования автором было выявлено, что основными факторами, влияющими на онлайн-поведение пожилых людей, являются уровень образования, возраст, место жительства и состояние здоровья. Высокий уровень образования и проживание в городских условиях способствуют более активному участию в онлайн-покупках. Напротив, более старший возраст (в группе пожилых потребителей) и отсутствие технических средств совершения онлайн-покупок (смартфонов, планшетов, компьютеров) затрудняют участие пожилых людей в онлайн-экономике.

Эмпирическая часть исследования построена на основе сочетания количественных и качественных методик анализа. Автор использовал специально разработанный инструментарий анкетирования, позволяющий фиксировать субъективные переживания и мнения пожилых респондентов относительно совершения онлайн-покупок. Кроме того, были проведены глубинные интервью. Обработка собранных данных осуществлялась посредством современных статистических процедур, включая факторный и

кластерный анализ, моделирование структурными уравнениями, обеспечивающих выделение однородных и специфичных групп объектов исследования. Итоги анализа свидетельствуют о наличии выраженных различий в моделях потребительского поведения пожилых людей, обусловленных возрастом, полом, образовательным статусом и местом жительства.

Достоинство работы заключается в её отчетливо выраженной практической направленности. Автор формулирует конкретные предложения, направленные на формирование более инклюзивного потребительского онлайн-поведения пожилых людей, среди которых оптимизация интерфейсов онлайн-сервисов, введение гибких схем оплаты и предоставления консультационной помощи пожилым пользователям (С. 128). Подчёркивается необходимость государственного регулирования и стимулирования частного сектора к созданию благоприятных условий для вовлечения пожилых людей в онлайн-потребление. Эти рекомендации могут быть непосредственно использованы органами власти, предпринимателями и неправительственными организациями, занимающимися вопросами социальной адаптации и повышения качества жизни пожилых граждан.

Несмотря на высокое качество диссертационной работы, необходимо отметить несколько аспектов, над которыми можно было бы поработать более детально.

1. В ходе исследования автор опирается на ряд теорий – социологических, экономических, социально-психологических. Хотя такой всесторонний подход, охватывающий целый спектр научных направлений, обоснован и позволяет провести основательное, глубокое исследование потребительского онлайн-поведения пожилых людей, неясным остается вопрос о том, какая социологическая теория оказала наибольшее влияние на объяснение неравенства, с которым пожилые люди сталкиваются в онлайн-потреблении.

2. Результаты эмпирического анализа, представленного в диссертации, показали, что пол не является значимым фактором, формирующим особенности онлайн-потребления пожилых людей. Вместе с тем, в диссертации есть ряд результатов, свидетельствующих о наличии различий в потребительском онлайн-поведении пожилых мужчин и женщин, в частности, о наличии различий в частоте онлайн-покупок (С. 110). Чем объясняются выявленные различия? Почему, тем не менее, в диссертации делается вывод о незначимости такого фактора, как пол пожилого покупателя для объяснения его потребительского онлайн-поведения?

3. Вне рамок диссертационного исследования остались некоторые важные факторы, обладающие потенциалом влиять на особенности онлайн-потребления пожилых людей, такие как культура, нормы, институты. Вместе с тем, эти факторы представляются значимыми для понимания особенностей поведения пожилых людей в сфере онлайн-потребления.

4. Метод кластерного анализа, использованный в диссертационном исследовании, позволил выявить типы потребительского онлайн-поведения пожилого населения. Однако представление его технико-статистических результатов представляется недостаточным. В частности, в диссертации не представлена дендрограмма процесса кластеризации, позволяющая судить о корректности выделения кластеров.

Заключение. Высказанные замечания не снижают значимости проведенного исследования, не влияют на общий вывод о том, что диссертационное исследование Олумекора М.О. отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям. Диссертационная работа представляет собой самостоятельное, завершённое исследование, содержит новые научные результаты, отражающие личный вклад автора в решение значимой социальной проблемы. Выводы являются достоверными и обоснованными, имеют научную и практическую значимость.

Структура диссертации отвечает поставленным цели и задачам, обширный список источников (262 наименования) показывает глубокую

проработку диссертантом теоретико-методологических оснований исследования. Автореферат диссертации и публикации автора в полной мере отражают основные положения ее научной новизны.

На основании вышеизложенного считаю, что диссертация «Потребительское онлайн-поведение людей пожилого возраста: социологический анализ» соответствует п. 9 Положения о присуждении ученых степеней УрФУ, а ее автор Олумекор Майкл Осиолех заслуживает присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.2. «Экономическая социология» (социологические науки).

Официальный оппонент –

доктор социологических наук (специальность 5.4.7 –

Социология управления (социологические науки),

доцент, заведующий кафедрой социологии

и технологий государственного

и муниципального управления,

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего

образования «Уральский федеральный

университет имени первого

Президента России Б.Н. Ельцина»

Певная Мария Владимировна

Дата 04 СЕН 2025

Адрес: 620002, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Мира 19-309

Тел.: +7 (343) 3754822,

e-mail: m.v.pevnaya@urfu.ru

Подпись Певной М.



Главный специалист
Ученого совета УрФУ
Кудряшова Н.Н.