

ОТЗЫВ

**официального оппонента, кандидата социологических наук,
доцента Киенко Татьяны Сергеевны
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)**

Диссертационная работа посвящена изучению потребительского онлайн-поведения пожилых людей в условиях активной цифровизации российского общества, которое претерпевает трансформацию под влиянием бурного развития цифровых технологий, проникающих во все сферы человеческой жизни. Одной из наиболее ярких иллюстраций этого процесса стала стремительная экспансия онлайн-торговли, ставшая неотъемлемой частью повседневной практики миллионов людей. Вместе с тем, быстрое распространение онлайн-торговли обнажило серьезные социальные диспропорции, одна из которых связана с ограниченными возможностями пожилых людей полноценно участвовать в цифровой экономике. Актуальность диссертационного исследования не вызывает сомнения и определяется быстрым ростом доли онлайн-торговли в экономике страны и значительным увеличением численности пожилого населения, которое зачастую оказывается вне зоны комфорта новых цифровых реалий.

Исследования последних десятилетий показывают, что население Земли неуклонно стареет. При этом, согласно прогнозам ООН, к 2050 году доля людей старше 60 лет достигнет почти четверти мирового населения, составляя 1,5 миллиардов человек. Аналогичная ситуация складывается и в России, где продолжительность жизни постепенно растет, а численность трудоспособного населения снижается. В этих условиях способность пожилых людей адаптироваться к изменениям окружающей среды, в том числе к переходу на цифровые платформы обслуживания, становится важнейшим фактором устойчивого развития общества.

Именно в этом контексте особое значение приобретает представленное исследование, посвященное изучению потребительского онлайн-поведения пожилых людей. Автор убедительно обосновывает актуальность избранной темы, апеллируя к статистике, надежным результатам маркетинговых, социологических исследований.

Поставленные автором цель и задачи диссертационного исследования в полной мере обосновываются актуальностью темы и раскрываются в структуре и содержании диссертационной работы.

В главе 1 «Теоретико-методологические основы социологического исследования потребительского онлайн-поведения пожилых людей» автор обосновывает, что онлайн-торговля стала важнейшим элементом мировой экономики, показав бурные темпы своего развития за последние годы. Одновременно растет и численность пользователей онлайн-магазинов: с 1,66 миллиарда человек в 2016 году до 2,14 миллиардов к 2024 году (С. 24). Такая динамика обусловлена несколькими ключевыми факторами: широким распространением мобильного интернета, изменением моделей потребления, связанным с последствиями пандемии COVID-19, а также активной государственной поддержкой и развитием инфраструктуры онлайн-продаж (С. 32).

В данной главе диссертации автор обосновывает, что несмотря на многочисленные положительные аспекты и преимущества, быстрое развитие онлайн-торговли несет в себе и серьезные риски. Наиболее важным из них является проблема цифрового неравенства, несущая в себе риск социальной изоляции отдельных групп населения, особенно пожилых людей и жителей отдаленных районов. Недостаточный уровень доступности технологий способен ограничить участие этих категорий граждан в экономической жизни общества, создавая дополнительные трудности в моменты социально-экономической нестабильности.

Автор справедливо отмечает, что несмотря на то, что онлайн-торговля активно развивается и приносит значительные экономические выгоды, пожилые люди нередко оказываются в депривированном положении

относительно других возрастных групп (С. 47). Они сталкиваются с множеством проблем, связанных с ухудшением материального положения, одиночеством и состоянием здоровья. При этом, как отмечается в диссертации, исследования подтверждают, что использование Интернета может существенно улучшить качество жизни пожилых людей, помогая преодолеть изоляцию, обеспечивая доступ к медицинской информации и облегчая общение с близкими (С. 41).

Автор выделяет три ключевые причины цифрового неравенства в отношении пожилых людей: материальные ограничения, сдерживающие доступ к современным устройствам и интернету, низкая цифровая грамотность и социальные барьеры, препятствующие адаптации к новым технологиям. Многие пожилые люди относятся к поколению, которое росло задолго до массового распространения компьютеров и смартфонов, что формирует определенный дефицит цифровой грамотности. Дополнительным препятствием выступает слабое развитие специализированных технологических решений для пожилых людей в России. На основе конкретных кейсов диссертант доказывает, что российские онлайн-платформы преимущественно ориентируются на молодежь и среднее поколение, оставляя пожилых пользователей без должного внимания (С. 45-46).

Экономические реалии также играют против пожилых людей. В диссертации убедительно, на основании официальных статистических данных показано, что средний доход пенсионеров существенно ниже среднедушевого дохода по стране, что делает покупку необходимого оборудования и оплату интернет-услуг сложной задачей. Официальная статистика подтверждает, что подавляющее большинство пожилых людей старше 70 лет вообще не пользуются сетью Интернет (С. 49).

Положительно характеризует работу достаточно основательная проработка теоретико-методологических оснований диссертационного исследования. Автор представил большой спектр научных теорий – классических и современных, которые позволили с социологических позиций

идентифицировать феномен потребительского онлайн-поведения пожилых людей, а также выстроить подход к эмпирическому исследованию. Достоинством работы является проработка теоретических положений и концепций не только сферы социологии, но и экономики, и психологии. Такой междисциплинарный подход представляется оправданным и даже необходимым для изучения сложного и многоаспектного феномена потребительского онлайн-поведения пожилых людей, который детерминирован разнообразными экономическими, социальными, демографическими и психологическими факторами.

В главе 2 *«Особенности потребительского онлайн-поведения пожилых людей в Свердловской области»* диссертант, используя теоретическую основу, представленную в первой главе, предлагает модель социологического исследования потребительского онлайн-поведения пожилых людей, выделяя ряд факторов такого поведения и формируя гипотезы относительно воздействия этих факторов (С. 78). При этом безусловным достоинством диссертационного исследования является моделирование эффекта медиации – опосредованного влияния ряда факторов на потребительское поведение пожилых людей. Важнейшим элементом исследовательской стратегии диссертанта обоснованно стала необходимость учёта неоднородности самой группы пожилых людей. Как показано в диссертации, уровень образования пожилых потребителей, их место жительства, состояние здоровья и возрастная группа (в рамках обозначенного диапазона, определяющего пожилых людей) оказывают значительное влияние на степень вовлечённости в процесс онлайн-потребления. В ходе исследования было доказано, что младшие когорты пожилых людей (60-65 лет) заметно активнее пользуются возможностями онлайн-покупок по сравнению с представителями более старших возрастных когорт. Уровень образования также играет важную роль: люди с высшим образованием проявляют больший интерес к онлайн-покупкам и выражают желание продолжать использование подобных сервисов в будущем. Место жительства тоже имеет существенное значение: горожане гораздо чаще

обращаются к услугам онлайн-торговли и намерены увеличить частоту таких покупок, тогда как сельские жители делают это крайне редко (С. 111).

Помимо социально-демографических факторов потребительского онлайн-поведения пожилых людей, автор диссертационного исследования проанализировал социально-экономические и социально-психологические факторы этого поведения. Среди них следует особенно отметить социальное влияние: как было показано в диссертации, поддержка друзей и родственников способна существенно усилить мотивацию и удовлетворение от онлайн-покупок. Восприятие пользы от онлайн-покупок и простота использования интерфейсов, как показало диссертационное исследование, также играют значительную роль в формировании положительного отношения к подобным сервисам. Немаловажным фактором выступает доступность поддерживающей инфраструктуры, включающей качественную логистику и техническую поддержку. Вместе с тем, серьёзным барьером остаётся недостаток доверия к интернет-магазинам и опасение потери личной информации, что существенно ограничивает активность пожилых людей в виртуальном пространстве (С. 118). Автор убедительно доказал, что некоторые социально-экономические и психологические показатели усиливают влияние социально-демографических факторов, тогда как другие, напротив, ослабляют их (С. 116).

Практическая значимость данной диссертации выражается в ряде конструктивных предложений, направленных на преодоление цифрового разрыва между молодыми и пожилыми гражданами. Диссертант предлагает механизм более инклюзивного потребительского онлайн-поведения пожилых людей – набор мер и рекомендаций, комплиментарных друг другу, обладают потенциалом взаимоусиливать друг друга.

В качестве замечаний диссертационного исследования и вопросов, на которые диссертанту предлагается ответить, отметим следующие:

1. В диссертационной работе для эмпирической части исследования (опроса) использовалась выборка из 320 пожилых людей Свердловской

области. Репрезентативен ли этот размер выборки для пожилого населения региона?

2. В параграфе 1.1. диссертационной работы диссертант представил большой объем статистических данных о динамике онлайн-торговли в России и во всем мире. Вместе с тем, такие данные практически не были представлены для Свердловской области, в пределах которой была реализована эмпирическая часть исследования. В диссертации следовало бы уделить больше внимания анализу региональной динамики онлайн-торговли и, возможно, провести сравнительный анализ с другими российскими регионами.

3. В параграфе 1.2. автор опирается на теорию поколения Уильяма Штрауса и Нила Хоува (Хау), но ссылается на исследования Е. Ожигановой, R. Eyerman & B.S. Turner, но в списке источников не указываются оригинальные работы самих авторов теории, при наличии ссылок на ряд значимых и актуальных современных исследований, не обсуждаются работы классических (К. Мангейм) и современных российских авторов по данной теме (Ю. Левада; Рыжкова, Дукарт, Петренко и др.), сообщающих о специфике россиян старшего поколения и поколенческих подходов.

4. В параграфе 2.3 диссертации автор применяет кластерный анализ и выявляет типы потребительского онлайн-поведения пожилых людей. Вместе с тем, из текста диссертации неясно, на основе каких критериев, принципов, предположений были выбраны переменные, на основе которых формировались кластеры. Кроме того, научный и практический интерес представляет создание более гибкой и сложной типологии потребительского онлайн-поведения людей старших возрастов, преодолевающей дихотомию и стереотипы активного или пассивного поведения старшего поколения в экономике и социуме. Сам автор указывает на существенную неоднородность группы пожилых людей по многим основаниям (с. 78-92 и далее), но эта гетерогенность недостаточно отражена в профилях пожилых онлайн-потребителей, сконструированных автором. Также более детального обсуждения заслуживает вопрос о стремительной цифровой социализации

старшего поколения, за которой не успевает статистика Росстат: ряд современных исследований сообщают о быстром преодолении значительной долей пожилых россиян цифровых неравенств 1 (доступ к технологиям) и 2 (цифровые компетенции) уровней, и задаче преодоления теперь уже неравенств 3 уровня - получения преимуществ от цифровых компетенций (М. Юдина; О. Шевченко и др.), хотя исследования также свидетельствуют о нелинейности процессов цифровой социализации старших (Г. Орлов и А. Чугунов и др.). Это замечание скорее является перспективным направлением дальнейших исследований с опорой на полученные результаты.

4. Диссертант описал дискриминацию, с которой сталкиваются пожилые люди при совершении покупок в Интернете, показав, что торговые онлайн-платформы чаще ориентируются на молодое поколение покупателей, а инфраструктура онлайн-торговли не отвечает потребностям пожилых людей (С. 59). Вместе с тем, важным аспектом, который не нашел отражения в диссертационном исследовании и которому, вероятно, следовало бы уделить большее внимание, является заинтересованность самих пожилых людей в совершении онлайн-покупок. Пожилые люди могут сами не проявлять интерес к онлайн-покупкам, предпочитая совершать покупки в обычных магазинах и полагая, что онлайн-покупки предназначены для более молодого поколения людей. У представителей старшего поколения могут быть как особые, мало изученные цели и мотивы использования, так и отказа от онлайн потребления, а также отдельного внимания заслуживают риски активного вовлечения старших в потребительское онлайн-потребление, что также является перспективной задачей для дальнейших исследований.

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. Диссертация 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. Публикации диссертанта и автореферат в полной мере отражают содержание диссертации и положения ее новизны.

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

Официальный оппонент –
доцент кафедры социальных технологий
Федерального государственного
автономного образовательного
учреждения высшего образования
«Южный федеральный университет»,
кандидат социологических наук,
(специальность 5.4.4 - Социальная структура,
социальные институты и процессы
(социологические науки), доцент

Киенко Татьяна Сергеевна

Дата 03.09.2025

Адрес: 344006, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону,
ул. Б. Садовая, 105/42
Тел.: +7(863) 218-40-00,
e-mail: tskienko@sfedu.ru



Киенко Т.С.

Член Совета
Федерального университета
Мирошниченко О.С.