

ОТЗЫВ

доктора экономических наук, доцента

Кузубова Сергея Анатольевича

на автореферат диссертации Олумекора Майкла Осиолеха
«Потребительское онлайн-поведение людей пожилого возраста:
социологический анализ», представленной на соискание учёной степени
кандидата социологических наук по специальности

5.4.2 – Экономическая социология

Исследование потребительского онлайн-поведения пожилых людей представляет значительный научный и общественный интерес. Актуальность темы обусловлена стремительным развитием цифровых технологий и возрастающей ролью онлайн-торговли в современном обществе. Цифровизация становится неотъемлемой частью повседневной жизни, трансформируя традиционные модели потребления. Однако значительная часть пожилых людей сталкивается с серьёзными трудностями при освоении новых цифровых сервисов и платформ онлайн-торговли. Изучение особенностей потребительского поведения данной социальной группы приобретает особое значение ввиду роста численности пожилых граждан и увеличения продолжительности активной жизни. Понимание специфики их онлайн-взаимодействия позволит эффективно разрабатывать государственные программы поддержки, повышать уровень удовлетворенности качеством жизни и способствовать гармоничной интеграции старшего поколения в современное общество.

Автор провел глубокий анализ социально-экономических процессов, сопровождающих развитие онлайн-торговли в российском обществе, что позволяет говорить о серьезном научном вкладе в понимание механизмов включения старшего поколения в цифровые практики потребления. Особенно ценным представляется комплексный подход к изучению вопроса, сочетающий теоретический анализ с обширной эмпирической базой. Использование авторских количественных и качественных исследований позволило получить достоверные данные о реальных практиках онлайн-покупок пожилых людей. Научная новизна проявляется в предложенной автором оригинальной трехэтапной периодизации развития онлайн-торговли в России, в разработке новой методики исследования потребительского онлайн-поведения старших возрастных групп, а также в описании специфики воздействующих на такое поведение факторов.

Достоинством исследования является обширное и корректное использование статистического, эконометрического инструментария для обоснования положений научной новизны, позволяющее описать механизм не только прямого (непосредственного) влияния отдельных факторов на

потребительское онлайн-поведение пожилых людей, но и выявить и измерить эффект медиации.

Вместе с тем, как и любая научная работа, представленное исследование не лишено дискуссионных моментов и открывает поле для дальнейших изысканий. В качестве критических замечаний и рекомендаций хотелось бы отметить следующее:

1. **Ограниченная репрезентативность и возможность генерализации выводов.** Исследование проведено на материалах Свердловской области. Хотя это крупный и экономически развитый регион, экстраполяция полученных выводов на всю Российскую Федерацию требует осторожности. Социокультурные и инфраструктурные различия между регионами (например, уровень цифровизации в национальных республиках, специфика логистики в удаленных территориях) могут существенно влиять на онлайн-поведение пожилых людей. В автореферате недостаточно проработан вопрос о границах применимости сделанных заключений.
2. **Недостаточная детализация практических рекомендаций.** Предложенные автором положения, направленные на активизацию вовлеченности пожилого населения в онлайн-потребление (например, «стимулирование маркетплейсов к улучшению дизайна», «разработка программ обучения»), безусловно, обладают высокой практической значимостью. Однако в тексте автореферата они представлены в общем виде. Неясным остался вопрос о том, в какой степени отдельные рекомендации уже интегрированы в региональные или федеральные практики, каким образом и в каком объеме они реализуются российскими маркетплейсами, и какие конкретные механизмы их внедрения предлагает автор на основе своего исследования.
3. **Упрощенная типология.** В работе выделяются два кластера — «пассивный» и «активный» типы онлайн-потребления. Данная дихотомия, хотя и полезна для первичного анализа, может скрывать более сложную и многообразную картину. Вероятно, существуют промежуточные или специфические типы поведения (например, «ситуативные» пользователи, совершающие покупки только под влиянием внешних обстоятельств, или «специализированные», использующие онлайн-сервисы для очень узкого круга товаров), которые остались за рамками представленной классификации.

Однако в целом, содержание автореферата позволяет сделать вывод о том, что диссертация Олумекора М.О. является актуальным и самостоятельным исследованием, выполненным на высоком теоретическом и эмпирическом уровне. Работа представляет интерес как для академического сообщества, так и для практиков в бизнес-организациях.

Судя по автореферату, можно утверждать, что диссертационное исследование Олумекора М.О. «Потребительское онлайн-поведение людей пожилого возраста: социологический анализ», соответствует требованиям к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, определенным п. 9 Положения о присуждении ученых степеней в УрФУ, а соискатель Олумекор Майкл Осиолех достоин присуждения ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.2 – Экономическая социология (социологические науки).

Доцент Школы финансов
Факультета экономических наук,
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего
образования «Национальный исследовательский
университет «Высшая Школа Экономики»,
доктор экономических наук, доцент



Кузубов Сергей Анатольевич
01.09.2025 г.

Адрес:
101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Тел.: 8-926-195-60-23
Эл. почта: skuzubov@hse.ru

Подпись заверяю



Первый заместитель
директора ФЭН

С.А. Мерзляков

Подпись заверяю

СПЕЦИАЛИСТ
ПО ПЕРСОНАЛУ

ШОСТАКОВ С

08.09.2025

