

ОТЗЫВ

официального оппонента

на диссертацию **Сучкова Егора Дмитриевича** на тему
«Социально-психологические факторы склонности молодежи к
дорогостоящим покупкам», представленную на соискание ученой степени
кандидата психологических наук по специальности 5.3.5. – Социальная
психология, политическая и экономическая психология
(психологические науки)

Актуальность исследования не вызывает сомнения. В условиях современной социокультурной реальности наблюдается усиление роли потребительских практик, которые выходят за рамки утилитарного удовлетворения потребностей и начинают выполнять символические функции, служат инструментом конструирования идентичности. На фоне глобализации и цифровизации экономики расширяется доступ молодых людей к товарам высокого ценового сегмента, а совершенствование маркетинговых технологий и эмоционально окрашенные рекламные кампании целенаправленно воздействуют на ценностно-смысловую сферу личности, снижая порог критичности при восприятии товаров премиального сегмента и обеспечивая привязанность к брендам. Дорогостоящие покупки часто становятся инвестицией в свой образ, социальный капитал или личностное развитие, что особенно ярко проявляется в молодежной среде. Такое стимулирование затратных приобретений может приводить к регулярным тратам, превышающим возможности потребителя, порождая долговые проблемы и соответствующие им психологические состояния.

Обращаясь к **научной новизне** диссертационной работы, следует отметить, что в зарубежной науке проблематика психологии потребителя является одной из наиболее разработанных. В меньшей степени это касается отечественной социальной и экономической психологии. Выполненное исследование несомненно обладает оригинальностью. Автор не только нашел недостаточно разработанную нишу исследования потребительского поведения, связанного с покупкой дорогостоящих товаров, но и осуществил поиск коррелятов и предикторов склонности к дорогостоящим покупкам в молодежной среде; представил палитру социально-психологических факторов и детерминант, обуславливающих готовность молодежи к дорогим и престижным покупкам, закрепив ее в теоретической, а затем и эмпирической моделях.

Впервые эмпирически верифицирована связь между завистью к превосходству Другого и склонностью к дорогостоящим приобретениям. Выявлено, что данная связь реализуется в рамках дилеммы «достижение паритета» либо «превосходство над Другим». Посредством факторного анализа выделены три типа ориентаций в дорогостоящих покупках: на функционально значимые блага, на инструментально-прагматичные решения и на атрибуты внешнего престижа. Установлено, что склонность к затратным

приобретениям в большей степени коррелирует с механизмами психологической защиты, нежели с осознанными копинг-стратегиями. Выявлены ключевые предикторы стремления к престижному потреблению, среди которых ориентация на селебрити, влияние медиа, рекламы и значимого окружения. Ведущими мотивами выступают демонстрация статуса и принадлежность к определенной социальной группе, ценность автономии и власти.

Теоретическая значимость диссертации заключается в расширении и углублении представлений о социально-психологических детерминантах потребительского поведения молодежи, стимулирующих приобретение дорогостоящих товаров, механизмов потребительского выбора, а также ценностно-смысловых оснований стремления к престижному потреблению. В рамках диссертационной работы сформулирован подход, согласно которому акцент смещается с общей покупательской активности молодежи на специфику их склонности к дорогостоящим приобретениям, рассматриваемой как результат комплексного взаимодействия личностных установок, диспозиций и внешних информационных источников. Полученные результаты вносят существенный вклад в развитие социальной психологии личности, психологии экономического поведения.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных данных в реализации образовательных программ, направленных на повышение финансовой грамотности и формирование критического отношения к маркетинговым воздействиям на молодежь. Отдельным достоинством работы является то, что Е.Д. Сучков на стр. 121-125 предлагает рекомендации, которые разработаны на основе выполненного им исследования.

Структура диссертации объемом 178 страниц включает введение, три главы, заключение, список литературы из 263 источников и одно приложение. Логика изложения текста соответствует поставленным целям и задачам: последовательно раскрываются теоретико-методологические основы, программа, результаты эмпирического исследования и их интерпретация.

Во введении обоснована актуальность темы диссертации, определены объект и предмет исследования, сформулированы гипотезы, требующие подтверждения, а также научные положения, выносимые на защиту.

В первой главе рассмотрены теоретические подходы к анализу социально-психологической детерминации склонности личности к дорогостоящим покупкам, в том числе по результатам отечественных и зарубежных исследований.

Во второй главе рассмотрены организация и методы исследования, субъективная оценка стремления к дорогостоящим покупкам молодежи, роль источников информации, мотивации и ценностей, отношение к превосходству другого, взаимосвязь потребностей и экономического благополучия, а также роль стратегий совладающего поведения и механизмов психологической защиты.

В третьей главе представлен анализ эмпирических данных, подтверждающих комплексную обусловленность склонности молодежи к дорогостоящим покупкам взаимодействием социокультурных, личностных и защитно-адаптационных факторов. Описываются результаты, составляющие содержание научных положений, выносимых на защиту.

Результаты и интерпретация данных снабжены иллюстративным материалом в виде таблиц и рисунков. Каждая глава завершается выводами, а в третьей главе выводы приводятся после каждого параграфа. В Заключение указываются ограничения исследования.

К числу **наиболее значимых результатов**, полученных автором, можно отнести следующие: 1) разносторонний анализ факторов, влияющих на стремление к приобретению дорогостоящих товаров; 2) теоретически обоснованную и эмпирически подкрепленную типологию ориентаций престижного потребления; 3) выявление роли информационных источников как предикторов потребительской активности; 4) подтверждение посреднической роли мотивов во взаимосвязи ценностных ориентаций и иррациональных потребительских установок; 5) установление связи между завистливым отношением к Другому и склонностью к затратным покупкам.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечена применением валидного диагностического инструментария, соблюдением процедур статистического анализа (включая регрессионный анализ и структурное моделирование) и аргументированной интерпретацией эмпирических данных.

При общей положительной оценке диссертации Е.Д. Сучкова необходимо сделать следующие замечания:

1. В теоретических выкладках не везде присутствует дихотомия или соотношение понятий по объему и содержанию, например, такой недостаток можно найти применительно к выбранным источникам информации о товарах. В их ряду как отдельный источник информации рассматривается «известные люди», но о них можно узнавать из других источников выстроенного автором ряда, а именно: интернета, радио, наружной рекламы.
2. В Приложении отсутствует авторская анкета стремления к дорогостоящим покупкам с инструкцией к ней.
3. Смешан стиль ссылок в тексте, они приводятся как с помощью нумерации в квадратных скобках, так и в круглых скобках с фамилией автора и годом публикации

Сделанные замечания носят дискуссионный характер и не влияют на общую положительную оценку диссертационного исследования Е.Д. Сучкова. Содержание автореферата полностью отражает содержание диссертации. В публикациях автора отражены все основные результаты диссертации, сформулированные в научных положениях, выносимых на защиту. Автором опубликовано 7 научных работ, из них 4 статьи – в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

Соответствие диссертационного исследования паспорту научной специальности.

Диссертационное исследование Егора Дмитриевича Сучкова «Социально-психологические факторы склонности молодёжи к дорогостоящим покупкам» соответствует паспорту специальности 5.3.5. — Социальная психология, политическая и экономическая психология по п. 22. Изучение организационного поведения, экономического поведения, инноваций; лидерства и руководства: профессионально-управленческой роли; групповых решений, мотивации совместной деятельности; п.12. Изучение социального влияния. Регуляторы социального поведения: нормы и социальные роли, социальные установки, социальные представления, ценности. Социальное влияние в виртуальной среде и социальных сетях; п.17. Изучение личностных и ситуационных, когнитивных и аффективных детерминант социального поведения; социально-психологических особенностей презентации личности в реальной и виртуальной среде. Диспозиционная регуляция поведения.

Заключение о соответствии выполненной работы положениям и критериям ВАК Минобрнауки РФ.

Изучив содержание диссертационной работы и автореферата, выполненных публикаций, считаю, что диссертационная работа Сучкова Егора Дмитриевича «Социально-психологические факторы склонности молодежи к дорогостоящим покупкам» представляет собой завершённое научное исследование, выполненное на высоком методологическом и научно-методическом уровне, направленном на решение научной проблемы, имеющей существенное значение для социальной психологии. Диссертация соответствует паспорту специальности 5.3.5. — Социальная психология, политическая и экономическая психология, отвечает требованиям п.9-11, 13, 14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24 сентября 2013 года, а её автор Егор Дмитриевич Сучков достоин присуждения ученой степени кандидата психологических наук по специальности 5.3.5. — Социальная психология, политическая и экономическая психология (психологические науки).

Отзыв подготовлен официальным оппонентом доктором психологических наук, профессором Дейнека Ольгой Сергеевной.

Доктор психологических наук,
профессор кафедры политической психологии
Санкт-Петербургского государственного
университета, профессор

О.С. Дейнека

ЛИЧНУЮ ПОДПИСЬ
О.С. Дейнека
ЗАВЕРЯЮ

ЗАМЕСТИТЕЛЬ НАЧАЛЬНИКА
УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВ СПбГУ
Н.К. Корельский

06.04.2016

Данные об авторе отзыва:

ФИО: Дейнека Ольга Сергеевна

Ученая степень: доктор психологических наук (19.00.12 – политическая психология)

Ученое звание: профессор

Должность: профессор кафедры политической психологии, и.о. зав. кафедрой политической психологии СПбГУ

Организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»

Сайт: <https://spbu.ru>

E-mail: o.deyneka@spbu.ru

Телефон: +7 (812) 363-60-00

Почтовый адрес: Россия, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9.