

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Г В диссертационный совет 7
24.2.392.11

**«КУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

305000, г. Курск, ул. Радищева, 33
тел. (4712) 70-05-38
факс. (4712) 51-36-49
e-mail: info@kursksu.ru

№ 1198/31 от 26.03 2026 г.
На № 22-исх от 22 января 2026 г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по научной работе,
цифровизации и международным связям
ФГБОУ ВО «Курский
государственный университет»
С.П. Логинов
«26» / 03. 2026 г.



ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «КУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» НА ДИССЕРТАЦИЮ СУЧКОВА ЕГОРА ДМИТРИЕВИЧА «СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ СКЛОННОСТИ МОЛОДЕЖИ К ДОРОГОСТОЯЩИМ ПОКУПКАМ», ПРЕДСТАВЛЕННОЙ ПРЕДСТАВЛЕННУЮ К ЗАЩИТЕ В ДИССЕРТАЦИОННОМ СОВЕТЕ 24.2.392.11 НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО» НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 5.3.5. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПОЛИТИЧЕСКАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ (ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)

Актуальность темы диссертации. Современное социокультурное пространство характеризуется доминированием модели массового потребления, включающей диапазон детерминант от удовлетворения первичных физиологических нужд до символического конструирования идентичности через потребление престижных товаров и услуг. Сложившееся status quo обусловлено применением высокоэффективных технологий воздействия на субъектные структуры сознания, стимулирующих возникновение новых мо-

делей потребительского поведения и снижающих критический порог восприятия товарных предложений.

Дорогостоящие покупки и услуги приобретают особую значимость вследствие ценовой дифференциации относительно стандартного ассортимента продуктов и услуг, осознаваясь потребителем как инвестиция в собственную индивидуальность, личностный рост либо социальный статус. Дифференцирование сегментов покупок происходит согласно индивидуально обусловленным критериям выбора, жизненным обстоятельствам и экономико-финансовым возможностям субъекта.

Глобализационные процессы и ускорение научно-технического прогресса формируют условия, увеличивающие доступ молодых поколений к продуктам премиального сегмента рынка. Воздействие специализированных маркетинговых кампаний, апеллирующих к эмоциональному восприятию продукта целевой аудиторией, способствует формированию устойчивого некритичного отношения молодежи к брендируемым товарам высокого качества и стоимости.

Тяготение молодого поколения к осуществлению затратных покупок представляет собой устойчивое социально-психологическое явление, выражающееся в систематической готовности совершать дорогостоящие покупки сверх уровня повседневного потребления. Оно определяется совокупностью когнитивных, аффективных и поведенческих факторов, среди которых выделяют ориентацию на планомерные либо спонтанные траты крупных денежных сумм, готовность рисковать значительными денежными средствами ради достижения нематериальных преимуществ (социальный капитал, самовыражение, повышение самооценки).

Достоверные данные, полученные диссертантом в исследовании структурированных молодежных представлений о тяготении к высоким расходам, позволяют продвигаться в решении фундаментальной проблемы социальной психологии, значимой для изучения процессов экономической социализации и самоидентификации современной молодежи.

Научно-практическая ценность результатов, полученных Е.Д. Сучковым, несомненна, поскольку открывает перспективы дальнейшего научного поиска и формулирования обоснованных рекомендаций в области исследования мотивационных основ потребления молодежи.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, определяется корректностью используемых ключевых понятий и определений, тщательностью теоретического осмысления полученного автором эмпирического материала, правильным выбором методологии эмпирического изучения, детальной качественной интерпретацией собранных материалов и строгим следованием избранным автором методологическим подходам.

Достоверность научных положений, сформулированных в диссертации, обеспечивается применением релевантных методов исследования и техник сбора данных, репрезентативной выборке исследуемых, корректному

статистическому анализу результатов, включая использование регрессионного анализа, а также сравнению полученных выводов с научными данными других исследователей аналогичной проблематики.

Научная новизна диссертационной работы Е.Д. Сучкова, определяющая ее **научную значимость**, заключается в том, что в отличие от большинства исследований потребительского поведения молодежи и ее склонности к импульсивным и нелогичным тратам, в данном исследовании выполнен комплексный анализ социально-психологических факторов, влияющих на склонность молодых людей приобретать дорогостоящие вещи и совершать покупки по принципу «во что бы то ни стало первыми».

В исследовании впервые установлена связь проявлений завистливого отношения к превосходству Другого со склонностью личности к дорогостоящим покупкам. Показатели отношения к превосходству Другого в сфере потребительского поведения связаны со склонностью к дорогостоящим покупкам при несильной дилемме «достичь того же уровня» или «превзойти уровень Другого».

Автором проведен факторный анализ, который позволил выделить три вида склонности к дорогостоящим покупкам: ориентация на функционально-значимые приобретения; ориентация на инструментально-функциональные решения; ориентация на атрибуты престижа. Эти данные могут использоваться для анализа не только данного уровня представлений, но и других сопряженных с ними социальных ситуациях.

Важным результатом исследования представляется установление взаимосвязи между склонностью к определенным формам потребительского поведения со стратегиями совладающего поведения, а также склонностью к дорогостоящим покупкам. Покупки «во что бы то ни стало первыми» в большей степени связаны с механизмами психологической защиты, нежели с копинг-стратегиями, что свидетельствует о глубинной детерминацией не всегда осознаваемыми явлениями.

Несомненный интерес вызывают полученные диссертантом эмпирические данные и сделанные им аналитические выводы, которые могут быть использованы в социально-психологическом сопровождении процессов экономической социализации молодых людей, в практике высшего образования при проектировании и внедрении программ экономического просвещения, а также в разработке и оценке маркетинговых стратегий и исследований.

В диссертации впервые получены данные о роли мнения публичных персон, воздействии масс-медиа и наружной рекламы, которые выступают предикторами стремления к дорогостоящим приобретениям. Ключевые мотивы потребления в этом случае – это демонстрация статуса, желание принадлежать к определенному социальному кругу и профессиональная необходимость использования товара. Среди ценностей, лучше всего объясняющих вариативность стремления к дорогостоящим покупкам, выделяются власть над ресурсами и автономия, как свобода развивать собственные идеи. Необ-

ходимо особо отметить сложность и многоуровневость проведенного анализа, систематизацию полученных данных.

Таким образом, наряду с теоретической значимостью, результаты исследования, предпринятого диссертантом, имеют **высокую практическую значимость**, заключающуюся в научно обоснованной базе для проектирования и реализации образовательных модулей и программ, нацеленных на повышение финансовой грамотности молодежи. Формирование осознанного отношения к личным мотивам и факторам, провоцирующим необоснованные с точки зрения рациональности расходы, способствует более взвешенному управлению личными финансами среди молодежи. Учебные курсы могут опираться на результаты исследования, включать доказательно эффективные техники бюджетирования и контроля затрат и, тем самым, снижать риск долговой перегрузки среди молодых потребителей.

Содержание и структура диссертации, полнота изложения материалов диссертации в работах, опубликованных автором. Структуру диссертации отличает логичность и последовательность раскрытия теоретических и эмпирических вопросов изучения социальных представлений о склонности молодежи к дорогостоящим покупкам. Текст диссертации (178 с.) включает введение (общую характеристику диссертационного исследования), три главы, заключение, список литературы (263 наименования, в том числе 108 наименований на иностранном языке), приложение. Структура диссертационного исследования соответствует уровню сложности и значимости сформулированных целей и задач. Автор основательно анализирует теоретико-методологические основания своей работы, уточняет научную базу и применяемые методы, описывает программу исследования. Далее подробно раскрываются итоги теоретической, методологической и практической частей. Особо стоит отметить скрупулёзность проведения проверочных процедур относительно выдвинутых гипотез, продемонстрированную диссертантом.

Во введении подробно автор обосновал важность проводимого исследования, указал его цель, объект изучения, предмет анализа и конкретные исследовательские задачи. Здесь также изложены выдвинутые гипотезы, обозначены методологические подходы и применяемые практические методы сбора данных. Дана оценка научной новизны представленной работы, подчеркнута её теоретическая ценность и практическое значение, представлена эмпирическая основа исследования, а также сформулированы основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе рассмотрены теоретические подходы, объясняющие психологические причины предрасположенности личности к приобретению дорогих товаров. Автором анализируются отечественные и зарубежные исследования, раскрывающие основные механизмы влияния социальных факторов на выбор покупок, а также рассматриваются предпосылки формирования импульсивного поведения покупателей и стремление приобретать дорогостоящие вещи.

Во второй главе обосновано использование системного и комплексного подходов в исследовании социально-психологических факторов склонности молодежи к дорогостоящим покупкам, на основе которых разработан и подробно описан дизайн исследования.

В третьей главе рассмотрена индивидуальная предрасположенность молодых людей к дорогим покупкам, изучена значимость информационных каналов, мотивирующих факторов и личных приоритетов, восприятие успехов окружающих и влияние методов психологического реагирования и механизмов психологической защиты. Подтверждено, что склонность молодежи приобретать дорогие вещи обусловлено комплексным воздействием множества условий. Главные из них - социокультурное пространство, специфика потребительского сознания (например, уровень самоуважения и стремление выделяться среди сверстников), степень влияния рекламы, механизмы психологической защиты и копинг-стратегии.

Достоинством диссертационной работы Е.Д. Сучкова является получение новых результатов исследования, вносящих вклад в теоретическую и прикладную области социальной психологии больших социальных групп и личности. Во-первых, в данном исследовании выполнен комплексный анализ социально-психологических факторов, влияющих на склонность молодых людей приобретать дорогостоящие вещи и совершать покупки по принципу «во что бы то ни стало первыми». Во-вторых, факторный анализ позволил выделить три вида склонности к дорогостоящим покупкам: ориентация на функционально-значимые приобретения; ориентация на инструментально-функциональные решения; ориентация на атрибуты престижа. В-третьих, предпринята попытка установить роль источников информации, выступающие предикторами стремления молодежи к дорогостоящим покупкам. В-четвертых, структурное моделирование, осуществленное диссертантом, подтвердило гипотезу о посреднической роли мотивов в направленной связи между ценностями и установкой на покупки «во что бы то ни стало первыми» (иррациональные приобретения). В-пятых, впервые в исследовании установлена связь проявлений завистливого отношения к превосходству Другого со склонностью личности к дорогостоящим покупкам. Показатели отношения к превосходству Другого в сфере потребительского поведения связаны со склонностью к дорогостоящим покупкам при несильной дилемме «достичь того же уровня» или «превзойти уровень Другого».

К числу достоинств диссертации следует отнести рекомендации для практикующих психологов, работающих с молодежью, содержащиеся в третьей главе работы.

Достоверность результатов исследования подтверждается статистическим обоснованием выводов, использованием общепринятых и проверенных методик, среди которых выделяются статистические расчеты и критериальный анализ полученной информации. Автор демонстрирует объективность подхода, грамотно обрабатывая собранный материал и подкрепляя каждое выдвинутое положение конкретными эмпирическими данными.

Положительно оценивая диссертационную работу Е.Д. Сучкова в целом, необходимо указать на некоторые **замечания** и дискуссионные моменты, требующие уточнения:

1. Насколько правомерно связывать склонность молодежи к дорогостоящим покупкам с внутриличностными и макрогрупповыми влияниями, а не с малой социальной группой?
2. Чем можно объяснить преобладание в структуре мотивации стремления к дорогостоящим покупкам широких социальных мотивов?
3. Нам представляется, что влияние экономической социализации личности на склонность к совершению дорогостоящих покупок молодыми людьми скорее декларировано на основе теоретического анализа, нежели эмпирически обосновано.
4. В тексте диссертации не удалось избежать досадных опечаток (с. 41, 143, 142, 139), недочетов в оформлении сносок (с. 30, 35, 43, 48, 58, 90) и библиографического списка (с. 136, 137, 138, 152, 159).

Вышеуказанные вопросы и суждения не снижают общей положительной оценки выполненной Е.Д. Сучковым работы. Автореферат диссертации и опубликованные работы диссертанта в полной мере отражают основные результаты исследования. Автором по теме диссертации опубликовано 7 научных работ, из них 4 статьи – в изданиях из перечня ведущих рецензируемых научных журналов ВАК Минобрнауки РФ.

Соответствие диссертационного исследования паспорту научной специальности. Диссертационное исследование Егора Дмитриевича Сучкова «Социально-психологические факторы склонности молодежи к дорогостоящим покупкам» соответствует паспорту специальности 5.3.5. Социальная психология, политическая и экономическая психология в части 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, считаем, что диссертация Сучкова Егора Дмитриевича «Социально-психологические факторы склонности молодежи к дорогостоящим покупкам» представляет собой завершенное научное исследование, выполненное на высоком методологическом и научно-теоретическом уровне, направленное на решение научной проблемы, имеющей существенное значение для социальной и экономической 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 с последующими редакциями и изменениями, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, 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 заведующим кафедрой психологии ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», доктором психологических наук, профессором С.В. Сарычевым. Отзыв обсужден и единогласно одобрен на заседании кафедры психологии КГУ, протокол № 7 от 26 марта 2026 года.

Заведующий кафедрой психологии
ФГБОУ ВО «Курский государственный
университет», доктор психологических
наук, профессор



Сарычев С. В.

Сведения о составителе отзыва:

ФИО: Сарычев Сергей Васильевич

Ученая степень: доктор психологических наук (19.00.05 Социальная психология)

Ученое звание: профессор

Должность: заведующий кафедрой психологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Курский государственный университет»

Сведения о ведущей организации:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Курский государственный университет»

Почтовый адрес: 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д.33

Телефон: +7 (4712) 70-05-38

Эл. почта: info@kursksu.ru;

Веб-сайт: https://kursksu.ru/

