

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационния труд на Васил Василев Стоянов на тема "Теория на потребителския избор - модел с насищане на потребителските желания и ново продуктово развитие", с научен ръководител доц. д-р Теодор Седларски, представен за придобиване на научно-образователната степен доктор

Васил Стоянов е зачислен на задочна докторантура по професионално направление 3.8. Икономика(Политическа икономия) към катедра Икономика на Стопански факултет на СУ "Св. Кл. Охридски" считано от 01.02.2014 г. до 01.02.2018 г. Отчислен е с право на защита считано от 01.02.2018 г. Работи като асистент към катедра Икономика на Стопански факултет на СУ "Св. Кл. Охридски" от 2014 г. до сега.

Избраната тема на докторската дисертация "Теория на потребителския избор - модел с насищане на потребителските желания и ново продуктово развитие" е много актуална и твърде сложна за изпълнение. Ще посоча само един аргумент в полза на актуалността на темата. Между новоприетите членки на Европейския съюз и производителите от по-старите членки се формират отношения, които някои наричат "потребителски неоколонизъм". Става въпрос за заливането на пазарите на новоприетите страни със стоки, които са с по-ниско качество от същите наименования в оригиналните членки при същите или по-високи цени. Според мен това явление може да се разглежда като специален случай на теорията и практиката на потребителския избор. Сложността на темата произтича от факта, че в нея се третираат междудисциплинарни проблеми между икономика, психология, математика, статистика и др.

Работата е структурирана в Увод, три глави, заключения, библиография и приложения в обем от 154 стандартни машинописни страници.

Работата започва с един доста по-голям от обичайното увод. Трябва да отбележа, че увода е доста съдържателен. Авторът е избрал оригинален и същевременно много ефективен начин на построяване на увода на своята разработка. По този начин той постига два ефекта: първо, читателят е въведен ефективно в същността на разработката и второ, авторът успява да покаже убедително задълбоченото познаване на изследваната проблематика. Това се постига чрез исторически преглед на двата основни модела в теорията на потребителския избор. Тук авторът продължава традицията на катедра Икономика, заложената от проф. Атанас Леонидов, а именно - изследването на икономическите явления да се базира на задълбочено изследване на теориите, които са изследвали тези явления.

Освен ефективно въвеждане на читателя в проблемната сфера на своята дисертация, авторът избира и своето място в обширната проблематика на теорията на потребителския избор. Той се съсредоточава върху аксиомата за ненаситността на потребителските желания. Поставя си за задача да изясни при какви условия е валидна тази теза. Според него, това ще доведе до един от основните приноси на дисертацията - да предложи микроикономическа основа на Шумпетеровия ендеогенен модел на икономическия растеж, развит от Филип Агион и Питър Хоуит.

Чрез увода авторът изяснява обекта на своето изследване, предмета и целта на изследването. За постигането на целта се формулират няколко задачи, които са съдържание на отделните глави на дисертацията.

Особено интересна е изследователската хипотеза, която гласи, че за създаването на ефективни нови продукти, които да бъдат успешно приети от потребителите на пазара е необходимо фирмите да инвестират не само за научно-изследователска и развойна дейност(НИРД), но също така и за нови производствени мощности, което води до създаването на такива нови продукти, които отговарят на интересите на потребителите за повишаване стандарта на техния живот от тяхното потребление. Изтъква се, че избягване на насищането на потребителските желания се случва при наличието на ново продуктово развитие, което се изразява в следните разновидности:

- ❖ Наличието на постоянни подобрения в качествата на досегашно съществуващите стоки и услуги на пазара или създаването на нови стоки и услуги, които са заместители на досегашно съществуващите стоки и услуги, което като следствие поддържа ненаситността в потребителските желания на потребителите
- ❖ Непрекъснатото въвеждане на пазара на радикално нови стоки и услуги, които не са били потребявани до момента, което като следствие води до формирането на напълно нови потребителски желания, които тепърва предстои да бъдат насищани.

В същия увод авторът представя и методологията, която се използва за извършване на емпиричното изследване, която включва следния набор от изследователски методи:

1. Провеждане на нелинеен регресионен ("curve fitting") анализ имащ за цел да потвърди или отхвърли статистическата значимост на кубична или експоненциална зависимост между изследваните променливи.

2. Провеждане на тест за стационарност на времеви редове за онези променливи, за които имаме статистически потвърдена кубична или експоненциална зависимост.

3. Провеждане на Грейнджър тест за причинно-следствена връзка чрез използване единствено на стационарни динамични редове.

4. Провеждане на многофакторен регресионен анализ

Прилагането на посочения набор от инструменти за анализ изисква надеждна информационна обезпеченост. Дисертантът посочва видовете емпирични данни, с които се хранва избрания аналитичен апарат, а именно:

1. Статистически данни за размера на потреблението на широк набор от стоки и услуги;

2. Статистически данни за броя на населението по отделни години за същата държава, за която са и данните за размера на потреблението на широкия набор от стоки и услуги;

3. Статистически данни за размера на дохода на потребителите отново за същата държава, за която са и данните за размера на потреблението на широкия набор от стоки и услуги;

4. Статистически данни за размера на извършените инвестиции от страна на бизнес фирмите в научноизследователска и развойна дейност (НИРД) за всеки отделен отрасъл произвеждащ стоките и услуги, за които са данните за размера на тяхното потребление;

Източник на статистическите данни са Бюрото за Икономически Анализ към Департамента по Търговия на Правителството на САЩ и Организацията за Икономическо Сътрудничество и Развитие (ОИСР).

Според автора, за получаване на достоверни резултати от анализа на посочените емпирични данни, трябва да са налице две условия:

❖ изследването задължително трябва да бъде проведено сред потребители живеещи в държави с относително висок стандарт на живота, тоест в държави с относително висок размер на БВП на глава от населението. Това

условие е необходимо, за да бъде сведено до минимум влиянието на фактора – нисък размер на дохода, при който имаме избягване насищането на потребителските желания именно поради размера на дохода

- ❖ Другото условие, което трябва да бъде изпълнено, за да се повиши обективността на изследването е то да бъде проведено не само сред потребители живеещи в държави с относително висок стандарт на живота, но и в държави, в които формалните институции позволяват свободната пазарна размяна, а неформалните институции дават неограничена свобода пред потребителския избор

Пример за държави, които отговарят на горните две условия са – Люксембург, Ирландия, Норвегия, Швейцария, САЩ, Холандия, Австрия, Германия, Швеция, Дания, Исландия, Австралия, Канада, Белгия, Великобритания, Финландия, Франция, Нова Зеландия, Италия, и Испания. В тези държави живеят потребители с висок стандарт на живота, политическо-икономическата им система е пазарно капиталистическа, и обществената им културата е от Западен модел. Затова и обхвата на емпиричното изследване се ограничават до използването на статистически данни за потребителите живеещи в една от тези изброени държави.

Глава първа по обем представлява около една втора от цялата работа. Тя е посветена на изследване на теориите изучаващи механизма на формиране на потребителския избор. Целта на това изследване е да се избере модел на взаимодействието на многобройните фактори формиращи потребителския избор, който да послужи като теоретична основа на едно емпирично изследване на това взаимодействие.

Характерното за изследването в глава първа е, че се проследява еволюцията на теориите на потребителския

избор. Очертани са основните идеи маркиращи качествените етапи в разглежданата научна област. За основа на проследяване на еволюцията се избира интелектуалната(философската) база върху която стъпват съответните течения(автори). Преломен момент се оказва приемането на нео-позитивизма(логическия позитивизъм) като научна методология.

Според нео-позитивистката философия, която става доминираща философия в науката в началото на 20-ти век, към истинската наука се числят тези дисциплини, които се занимават само с неща, които могат обективно да се наблюдават и емпирично да се изследват. Много от водещите икономисти в началото на миналия век се ръководят от постулатите на нео-позитивистката философия. Към това време се отнасят критиките и отричането на ролята на закона за намаляващата пределна полезност като основа на теорията за потребителския избор. В резултат на това се поставя началото на формирането на нов теоретичен модел в теорията на потребителския избор.

Важен момент в новия теоретичен модел е отказа от принципа за насищането на потребителските желания и приемането на принципа на ненаситност на потребителските желания. Към този принцип(допускане) Джон Хикс и Рой Алън въвеждат още четири основни допускания.

Ръководейки се от нео-позитивистките критерий за обективност, на които трябва да отговаря науката, изследователите на формирането на потребителския избор търсят обективен измерител на полезността от потреблението на стоките и услугите. Като такъв измерител те намират размера на дохода. В тази връзка възниква противоречие вътре в новия теоретичен модел, на което обръща внимание Джон Кенет Гълбрейт.

Важен момент от формирането на новия теоретичен модел е да се намери начин за избягване на насищането на

потребителските предпочитания от потреблението на едни и същи видове стоки и услуги. В тази връзка дисертантът се позовава на приноса на Пиер Паоло Сивиоти, който посочва два начина за избягване на този проблем. Единият е чрез непрекъснато подобряване в качеството на продуктите или чрез създаване на нови продукти с по-добри качества от старите. Другият начин за избягване на насищането на потребителските предпочитания е създаването на радикално нови продукти, които да формират напълно нови потребности в потребителите и по този начин тези радикално нови продукти да внесат разнообразие в потребителския избор. Изводите са, че потреблението на едни и същи видове стоки и услуги води до насищане на потребителските предпочитания, а увеличаването на разнообразието от стоки и услуги в потреблението е предшествано от нарастване броя на потребителските потребности. Следователно, за да бъдат потребителските предпочитания ненаситни като цяло трябва техният брой непрекъснато да нараства с формирането на нови потребителски потребности, които тепърва предстои да бъдат насищани с увеличаване на разнообразието от стоки и услуги в потреблението.

Свързването на нарастването на потреблението само с размера на дохода на потребителя представлява твърде опростен модел на формиране на потребителския избор. Еволюцията на теорията на потребителския избор е свързана и с други фактори, а именно подобряване качеството на съществуващите продукти и създаването на радикално нови продукти. По този начин в теорията се въвеждат такива фактори на икономическото развитие, като използването на научни изследвания и разработки(НИРД) и инвестирането в ново оборудване. Тук възниква интересната ситуация свързана с ролята на техническия прогрес като фактор за формиране на потребителския избор и ролята на техническия прогрес като фактор на икономическия растеж. Дисертантът

разрешава възникналите теоретични усложнения като се позовава на автори от рода на Джоузеф Шумпетер.

Изследването в първата глава завършва с формулиране на следващата стъпка в развитието на дисертационния труд. Авторът смята, че трябва да бъде проведено емпирично изследване, което да анализира взаимовръзката между измененията в производствените възможности на производителите и увеличаване на разходите за научно-изследователска и развойна дейност(НИРД) водещи до създаването на нови продукти с цел да се проследи връзката между създаване от една страна успешни нови продукти повишаващи стандарта на живот на потребителите и от друга страна на псевдо нови продукти.

В следващата втора глава на дисертацията озаглавена "Методология на изследването" авторът разработва технологията на изследването. Като основен изследователски метод се приема многофакторен регресионен анализ. В този анализ се анализират трите основни фактора определящи размера на потреблението на дадена група от стоки. Към тях се прибавя фактора ново продуктово развитие, от което зависи дали ще бъде избегнато насищането на потреблението. Целта на изследването в дисертационния труд е да се проучи дали инвестициите за Научно-изследователска и развойна дейност(НИРД) водят до създаването на ефективни нови продукти, които да водят до избягване насищане на потреблението в даден отрасъл произвеждащ дадена група стоки удовлетворяващи една и съща или сходна потребност и съответно дали съществува пряка зависимост между измененията в производствените мощности на производителите и създаването на успешни нови продукти водещи до избягване насищането на потреблението в дадения отрасъл.

Като допълващ метод се приема Грейнджър тест за причинно-следствена връзка. За създаване на подходящи

условия за прилагане на избраната методология се посочват ограниченията и обхвата на изследването, източниците на емпирични данни и обективния критерий за избор на продукти обект на изследването.

В глава трета озаглавена Анализ на получените резултати от изследването се интерпретират фактор по фактор резултатите от проведените емпирични изследвания. Преди анализа на резултатите авторът прави съответните тестове прилагани в модерната практика на мащабни емпирични изследвания. Четейки представените от автора резултати от емпиричното изследване се убеждаваме във валидността на изложената в дисертацията хипотеза, а именно, че за създаването на ефективни нови продукти, които да бъдат успешно приети от потребителите на пазара е необходимо фирмите да инвестират в научно-изследователска и развойна дейност(НИРД) и в нови производствени мощности за създаването на такива нови продукти, които водят до повишаване жизнения стандарт на потребителите.

Представените в края на дисертацията претенции на автора за направени б(шест) приноса са напълно основателни. Тези приноси се съдържат в текста на дисертацията и тяхната достоверност може да бъде лесно потвърдена с едно прочитане на труда.

Представеният автореферат вярно представя съдържанието на дисертационния труд без да са допуснати манипулации в каквато и да е посока.

Считам че трудът на докторанта Васил Василев Стоянов представлява една солидна теоретична разработка, отговаряща на най-добрите стандарти установени в тази област, която заслужава висока оценка и похвала и насърчение за автора да продължи в приетата посока. Считам, че трудът на докторанст Васил Стоянов отговаря на всички нормативни изисквания за присъждане на научната степен доктор. Гласувам за присъждане на тази

степен и предлагам на членовете на научното жури да направят същото.

София
18 ноември 2018 г.

Рецензент:

доц. д-р Димитър Стефанов