

СТАНОВИЩЕ

За дисертационния труд на тема: „Анализ на потребителското преживяване при онлайн пазаруване чрез прилагане на правилото на пиковия-крайния момент“ с автор Деница Илиева Гаврилова за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление област 3. Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.7. Администрация и управление (Социално управление)

Член на научно жури: **проф. д.ик.н. Невяна Кръстева**, СУ „Св. Кл. Охридски“

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури за защита на дисертационния труд, въз основа на заповед РД 38-391/22.06.2017 г. на Ректора на СУ „Св. Климент Охридски“.

1. Информация за докторанта:

Деница Гаврилова придобива ОКС „Бакалавър - Икономика“ и „Магистър - Бизнес администрация“ в Стопански факултет на СУ „Св. Климент Охридски“.

Натрупала е значителен преподавателски опит в катедрата „Стопанско управление“ към същия университет като хонорован асистент по маркетингови дисциплини за последните 6 години. По темата на дисертацията има практически опит като продуктов мениджър в бизнес компания, както и като директор връзки с клиенти в рекламна агенция, където активно е работила в областта на анализирането на потребителското поведение, изграждането на рекламни кампании и стратегии, целящи повишаването на продажбите.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният дисертационен труд „Анализ на потребителското преживяване при онлайн пазаруване чрез прилагане на правилото на пиковия-крайния момент“ е с обем 168 страници, от които 159 страници същинска част и 9

страници приложения. Състои от увод, изложение в три глави и заключение. Списъкът на използваните източници съдържа 141 заглавия, които включват източници на български и на английски език, статии от научни издания и публикации на международни организации. В източниците и в публикациите на докторанта е включена и съавторска монография - „Дигитален маркетинг”, издадена през 2016 година.

Изложението на дисертацията е добре структурирано, изградено е логично и последователно като има добро съотношение между отделните части. В първа глава се представят и анализират понятия, теоретични рамки и изследвания по формулираната тема, във втора глава е описано проведеното от автора емпирично проучване, което се състои от две части - първата част е изследване под формата на наблюдение, а втората е допитване с цел валидация на събраната първична информация посредством анкетни карти. В трета глава се извършва статистическа проверка на хипотезите, достига се до съществени заключения за приложението на представеното правило за пиковия-крайния момент и се извежда модел, показващ елементите на влияние върху български потребители в процеса на онлайн пазаруване.

3. Актуалност на разработвания в дисертационния труд проблем:

Проблемът е актуален както в научно, така и в научно-приложно отношение. Динамиката на развитие на дигиталната среда в световен мащаб и в България в частност, налагат осмислянето, обхващането и анализирането на протичащите маркетингови процеси с цел сравнителен анализ с вече познатото и описано в науката от една страна и от друга страна - изграждане на нови методи и методологии за следене на потребителите и техните нужди. Изведеният модел за елементи на влияние върху български потребители затвърждава и надгражда, в посока конкретизация, постигнатото от други автори в областта в международен план. Предложената модификация на широко използван метод за оценка на потребителското поведение води след себе си редица теоретични въпроси, касаещи различията в процеса на пазаруване в онлайн среда спрямо

конвенционалната търговска мрежа. Тези въпроси могат да бъдат предмет на изследвания от други автори или от самия дисертант в бъдеще.

4. Самостоятелен смисъл, авторство и принос:

Резултатите от изследването, свързани с правилото на пиковия-крайния момент, могат да бъдат разглеждани като значима теоретична крачка в познаването на потребителското поведение и преживяване в процеса на онлайн пазаруване. В този контекст достиженията на дисертанта са свързани с принос както в науката, така и в практиката. Предложеният модел на база посочения по-горе метод, обхваща достатъчно голям брой категории продукти и услуги, така че да бъде приложен при различни типове компании и индустрии, стремящи се да подобряват онлайн процеса на пазаруване.

В дисертационния труд авторът демонстрира висока степен на познаване на състоянието на проблема, както и на съществуващата литература по темата. Дисертантът е представил обширен набор от теории и концепции за анализ на потребителското поведение и на процеса на пазаруване в онлайн среда. Авторът базира проучването си на водещи концепции и теоретични рамки в сферата на потребителското поведение и маркетинговите подходи, като ги интерпретира и прилага адекватно и по същество. Впечатление прави дълбочината на разнищване на проблема, започвайки от общи понятия и стигане до конкретни аспекти и специфики на процеса на онлайн пазаруване и потребителското преживяване. Използваните информационни източници са основно чуждестранни и обхващат актуалните достижения в областта. Подбрани са и са систематизирани по подходящ начин.

Методиката на изследване отговаря на поставените цел и задачи на дисертационния труд. Открояващ се в методиката е избраният подход за триангулиране на данните чрез теренна стратегия, което съществено подпомага достоверността и надеждността на получените резултатите. Докторантът е осъществил значителна самостоятелна работа по провеждането на основните етапи от изследването – наблюдение на индивидуалния процес на пазаруване за всеки един от включените в проучването респонденти и провеждането на

последващо анкетно проучване за валидация на резултатите. Авторът прилага дескриптивен анализ и статистическа обработка и анализ на събраната първична информация. Съществено за затвърждаване на надеждността на получените резултати е приложеният от докторанта анализ на случаите, които не могат да бъдат оценени посредством правилото на пиковия-крайния момент.

Докторантът ясно и изчерпателно е посочил ограниченията на изследването и причините за тези ограничения. В хода на изследването авторът дава насоки за бъдещи проучвания по темата, които са свързани основно с разширяване на познанието за причините за различията в процесите.

5. Оценка на научни и/или научно-приложни приноси на дисертационния труд:

Постигнатите резултати са съществени както за науката, така и в научно-приложно естество. Те са в следствие на дългогодишно проучване по темата на дисертацията и се базират на значимия опит на докторанта в областта. Съществени постижения на дисертантът са: проучването на връзките и зависимостите между процеса на онлайн пазаруване, потребителското преживяване и склонността за последваща покупка, разглеждането на представителния риск като фактор на влияние върху потребителското преживяване, извеждането на стратегически модел за подобряване на потребителското преживяване. Получените резултати могат да са полезни за научни работници, докторанти, студенти, експерти по маркетинг и мениджъри на маркетингови позиции.

6. Оценка на публикациите към дисертационния труд:

Авторът е представил общо 6 публикации - 1 участие в монография, 3 доклада на научни конференции, 1 студия и 1 публикация в научно издание без редколегия. В тях са публикувани съществени части от дисертационния труд на дисертанта. Публикациите отговарят на изискуемия минимум.

7. Критични бележки. Препоръки.

1. На места текстът на дисертационния труд звучи дидактично, без необходимия изследователски заряд.

2. В някои от разделите на дисертационния труд кандидатът лансира идеи, които представляват добра основа за извеждане на значими за теорията и практиката обобщения, които авторът не е счел за необходимо да доразвие.

Посочените критични бележки не намаляват значимостта на изтъкнатите постижения на кандидата. Неговите приноси в обогатяването на научното знание са безспорни.

5. Заключение

Рецензираният дисертационен труд илюстрира по неоспорим начин задълбочените теоретични познания на кандидата в областта на потребителското поведение и маркетинг и способността му да провежда самостоятелни научни изследвания. Цялостната оценка на труда, основаваща се на неговата актуалност, структура, съдържание и теоретични обобщения, ни дава основание да приемем, че в него се съдържат предвидените в чл. 6 (3) на ЗРАСРБ и в чл. 27 (1) от ППЗРАСРБ научни и научно-приложни резултати, които представляват принос в науката.

Изложените съображения ни дават основание да предложим на уважаемите членове на научното жури да вземат решение за присъждане на **Деница Илиева Гаврилова** на образователната и научна степен доктор по научното направление 3.7 Администрация и управление, научна специалност „Социално управление“.

Дата: 21.08.2017г.

Член на Научното жури: