

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за придобиване на образователната и научна степен
„доктор”

I. Обща информация

Изготвил рецензията: проф. д-р **Марияна Божинова**, научна специалност Икономика и управление (търговия), СА „Д. А. Ценов” - Свищов

Основание за написване на рецензията: Заповед №РД-06-2995/03.10.2017 г. на Ректора на Икономически университет – Варна за назначаване на научно жури и решение на научното жури от 04.10.2017 г.

Автор на дисертационния труд: **Виолета Петева Ласкова**, докторант на самостоятелна подготовка по докторска програма Икономика и управление (търговия) към катедра „Икономика и управление на търговията” при Икономически университет – Варна

Тема на дисертационния труд: „**Стратегически аспекти на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в Република България**”

В рецензията са засегнати въпросите относно съдържанието, структурата и научно-приложните приноси на дисертационния труд, автореферата и списъка с приносите на докторант Виолета Ласкова.

II. Данни за докторанта

Докторант Виолета Петева Ласкова е завършила висшето си образование – ОКС „магистър“ в ИУ – Варна по специалност „Икономика на търговията“ през 1987 г. От 1988 г. е асистент в катедра „Икономика и управление на търговията“ към ИУ – Варна, т.е. има дългогодишен преподавателски опит в областта на търговските науки. Ас. Виолета Ласкова е водила семинарни занятия и цикли от лекции по редица специализирани учебни дисциплини, което се отразява благоприятно върху оформянето на нейния широк миоглед в областта на търговията. От представения списък на публикациите ѝ се вижда, че тя има 20 научни публикации в областта на икономиката и управлението на търговията, 2 от които са колективни монографии.

През периода 2006-2010 г. Виолета Ласкова се обучава в ОНС „доктор“ по научната специалност „Икономика и управление /търговия/ към едноименната катедра на ИУ – Варна. Положила е успешно всички изпити, съгласно индивидуалния си план по докторската програма. Със Заповед №РД-17/2797 от 20.10.2010 г. на Ректора на университета, докторант Виолета Ласкова е отписана с право на защита. Катедреният съвет на първичното звено с Протокол №1/18.09.2017 г. гласува предложение до Факултетния съвет на Стопански факултет за вземане на решение за разкриване на процедура за защита на дисертационния труд на Виолета Ласкова. След положителното решение на Факултетния съвет е издадена Заповед на Ректора на ИУ – Варна за назначаване на научно жури по защитата на дисертацията.

III. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд е фокусиран върху изследването на потребителското поведение, като сложен социален феномен, в частност на пазара на компютърна техника в България. Научното изследване на материята е от съществена важност както за теорията, така и за българската търговска и маркетингова практика. Докторантът успява да обхване комплексния, интердисциплинарен характер на потребителското поведение, неговите стратегически измерения и да предложи възможности за подобряване на маркетинговите стратегии за основните сегменти потребители на компютърна техника в България.

Дисертацията представлява стройно, логическо и задълбочено изследване, което се състои от 228 страници, сполучливо подкрепени с графичен, табличен и обработен по подходящ начин емпиричен материал. Използван е значителен обем български и чуждестранни литературни източници, които са анализирани и обобщени по необходимия за дисертационно изследване начин.

Дисертационният труд се отличава с *класическа структура*, съставена от увод, три глави, заключение, списък на използваната литература и 3 броя приложения. Изследването е нагледно илюстрирано посредством 34 таблици и 28 фигури. Използваната *литература* е поместена в списък от 131 заглавия /86 – на кирилица и 45 – на латиница/ и 16 Интернет ресурса, който свидетелства за задълбочената информираност на докторанта относно изследванията на конкретния разискван проблем както от български, така и от чужди автори.

Преценката ми като рецензент е, че *темата* на дисертационния труд се отличава с безспорна актуалност, практическа значимост и дисертабилност. Тя се обуславя от определящата роля на потребителите за успеха на всеки бизнес в условията на глобализация на пазара, изострена конкуренция и интелектуализация на бизнеса.

Следва да се подчертае, че за разработването на избраната тема са необходими задълбочена теоретична подготовка и добри аналитични способности.

Основната цел на дисертационния труд е, "...на основата на критичен и системен анализ на теорията в областта на потребителското поведение, да се обосноват сложността и комплексността на стратегическите аспекти на поведението, да се анализира използването на информационно-комуникационните технологии от потребителите и процесът на вземане на решение за покупка на компютър, да се дефинира този процес в условията на съвременната Интернет среда и да се предложат стратегически подобрения на маркетинговите и търговски дейности." За постигане на целта са формулирани шест научни задачи, които точно кореспондират с поставената цел на изследването. Считам, че докт. Виолета Ласкова достатъчно ясно и аргументирано постига основната си изследователска цел и решава поставените изследователски задачи. На тази база тя доказва и изследователската си теза, че "потребителското поведение е сложен социален феномен с множество различни измерения – икономически, социологически, психологически, културни, философски, антропологични и други, което обуславя неговия подчертано интердисциплинарен характер. Интердисциплинарността детерминира търсенето на нови концепции и решения за изучаването на потребителското поведение чрез комплексни научни

изследвания.” Основната теза е декомпозирана на три подтези, които също се доказват в научната разработка.

Обект на изследване е пазарът на компютърна техника в България, съставен от индивидуални потребители и домакинства.

Предмет на изследване са проблемите, свързани с изясняване на сложната и многоаспектна същност на потребителското поведение и неговите стратегически аспекти, както и начинът, по който се проявява поведението на потребителите в процеса на вземане на решение за покупка на компютърна техника.

При разработването на дисертационния труд е използван набор от научноизследователски *подходи и методи*, като: исторически, индуктивен и дедуктивен, анализ и синтез, сравнение, статистически методи, метод на събеседването и наблюдението, анкетен метод, контент анализ на документи и др.

В дисертационния си труд авторът демонстрира умения за умело боравене с научни понятия, стремеж към критичен анализ на научни съждения и придържане към научен стил на изложението.

Правилно са маркирани някои ограничителни условия на изследването. Използваните литературни източници добросъвестно са посочени.

Видно е, че *разработката съответства на изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на Закона за развитие на академичния състав в Република България.*

IV. Преценка на структурата и съдържанието на дисертационния труд

Структурирането и съдържанието на изследването намирам за логично и последователно. Докторантът показва, че умее да систематизира, анализира и обобщава голям по обем идеен и фактически материал за целите на своето изследване. Набраните емпирични данни не просто са представени, а обработени чрез подходящ формулен апарат и съвременни методи.

Първа глава има теоретичен и постановъчен характер, което приемам за правилно. Тя е основа за направеното изследване в следващите глави на дисертацията. Тази глава е структурирана от седем точки, в които последователно и задълбочено се изясняват: различните теории за потребителското поведение, въз основа на историческото развитие и еволюцията на научното познание за човешкото поведение – социологическите, психологическите, социално-психологическите, икономическите теории за потребителския избор и поведение, маркетинговата теория, която е основен фокус на разработката; маркетинговите модели на потребителското поведение; основните фактори, влияещи върху потребителското поведение и процесът на вземане на решение за покупка. Направен е богат литературен обзор на становищата на редица чуждестранни и български автори за същността и обхвата на потребителското поведение.

Като особено ценно и с характер на принос може да се посочи разглеждането и дефинирането на стратегическите аспекти на потребителското поведение, на основата на съвременните маркетингови концепции. Оценени са различните маркетингови модели на потребителско поведение от гледна точка на техните възможности и ограничения. Детайлно са разгледани и факторите, влияещи върху поведението на

потребителите, а също и в логическа последователност - основните етапи от процеса на вземане на решение за покупка. В резултат на представените в първа глава теоретични постановки, се потвърждава основната теза на дисертационния труд.

Втора глава има методологична и приложна насоченост. Тя представя докторанта в силна светлина. По мое мнение, тази глава е водещата в дисертационния труд. Композиран е методическият инструментариум на изследването. Проведено е емпирично изследване, обхващащо достатъчно дълъг период, а именно: 2008-2015 г. В структурно отношение, главата е разделена на четири части, като първата акцентира върху глобалните и регионални промени и рискове в макроикономическата среда, втората анализира използването на информационните и комуникационните технологии от лицата и домакинствата в България, третата част е посветена на анализа на влиянието на доходите на домакинствата върху снабдеността им с компютри, а последната част е насочена към анализиране процеса на вземане на решение за покупка на компютър, на основата на първична информация, набрана чрез анкетиране на потребители – пълнолетни жители на гр. Варна.

Трета глава е посветена на стратегическите насоки на потребителското поведение на пазара на компютърна техника у нас. Тя започва с обзор и анализ на основните парадигми в изучаването на потребителското поведение и новите направления в него. Специално внимание заслужават: сравнението между модернизма и постмодернизма въз основа на концепцията за потреблението и сравнението между позитивизма и интерпретативизма въз основа на изследователския подход. Във втория раздел са разгледани новите направления в развитието и изучаването на потребителското поведение. Акцентът на тази глава е трета точка, която представя модела на поведение на новите свързани потребители на пазара на компютърна техника. Обосновава се промяната на процеса на вземане на решение за покупка от страна на свързаните потребители. Разработен е модел “Цикъл на вземане на решение на свързаните потребители на компютри”, посредством адаптиране на модела на Brian Solis, който може да се ползва за основа при разработването на маркетинговите стратегии и насочването към целевите пазари. В заключителната част на главата са очертани насоки за подобряване на маркетинговите стратегии за основните сегменти потребители на компютърна техника в България.

Считам, че така построено изложението *отговаря на основните качествени изисквания за неговото оценяване*: оригиналност на изследването, висока степен на проникване в дълбочината и същността на проблема, методическа издръжаност и стилово умение на автора за постигане целта на изследването чрез прилагане на подходящи аналитични инструменти и изразни средства.

Разискваните в дисертационния труд основни аспекти намират място в *автореферата*. Неговото съдържание кореспондира с основния труд, като представя в синтезиран вид изследвания проблем. Авторефератът е съставен от четири части, които включват обща характеристика, съдържание, справка за приносите и публикации по дисертационния труд. Изведените в автореферата научни и научно-приложни приноси отговарят на действителните приносни моменти в дисертационния труд.

V. Идентифициране и оценяване на научните и научно-приложните приноси в дисертационния труд

Предложеният за оценка дисертационен труд притежава убедителни доказателства за научно-приложни резултати, представени като решения по изследваните проблеми. Основните научни достойнства на дисертационния труд могат да се очертаят в следните насоки:

Първо, обогатена е научната литература за потребителското поведение чрез задълбочено разглеждане, обобщаване, критичен анализ и нова насоченост на основни теоретични постановки /научен принос/.

Второ, дефинирани са стратегическите аспекти на потребителското поведение на основата на съвременните маркетингови концепции и класическите постулати на стратегическия мениджмънт /научен принос/.

Трето, изведени са маркетинговите модели на потребителско поведение, като е направена оценка и сравнение между тях, и в този контекст са систематизирани факторите, влияещи върху потребителското поведение /научен принос/.

Четвърто, извършен е задълбочен анализ на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България и е изследван процесът на вземане на решение за покупка на компютър, посредством анкетно проучване на пълнолетни потребители от гр. Варна, в резултат на което са определени ключовите детерминанти на потребителското поведение /научно-приложен принос/.

Пето, представен и обоснован е процесът на вземане на решение за покупка на компютър от свързаните потребители чрез адаптиране на модела “Цикъл на вземане на решение” и са очертани насоки за подобряване на маркетинговите и търговските стратегии за основните сегменти потребители на компютърна техника в България /научно-приложен принос/.

VI. Публикации и участие в научни форуми

Списъкът с публикации по дисертационното изследване е впечатляващ и включва: 4 научни статии, от които 3 са самостоятелни и 3 самостоятелни научни доклада, което е доказателство, че съществена част от дисертационния труд е станала публично достояние и е получила научна оценка.

Следователно, *публикациите и участието в научни форуми на докт. Виолета Ласкова отговарят на количествените изисквания по чл. 35, ал. 1, т. 4 от Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ – Варна.*

VII. Критични бележки и препоръки

Изхождайки от постановката, че няма съвършена научна разработка, бих могла да маркирам някои основни критични бележки и препоръки към докторанта, а именно:

1. Препоръчително е авторът да откроява в по-висока степен своята позиция по дискутираната материя, на основата на „по-смел” критичен анализ на становищата на изследваните автори. Би било ценно да се представят собствени дефиниции за основните изследвани категории.

2. Наблюдава се значителен дисбаланс между отделните части /глави/ на дисертационния труд, като първа глава е с обем от 98 страници, втора – от 72 стр., а трета – от 34 стр.
3. Преди всичко в първа глава се наблюдават някои излишни описателни моменти, което обременява текста с познати от учебната литература теории и съждения. Разработката би спечелила, ако отделните теории за потребителското поведение се представят в синтезиран вид и сравнителен план. Същата препоръка се отнася и за цитираните становища на редица автори по изследваните проблеми.

Посочените от мен бележки и пропуски категорично не омаловажават достоинства на рецензирания дисертационен труд, а представляват обект за размисъл и бъдещи научни изследвания.

VIII. Въпроси към докторанта

Интересната проблематика, разисквана в дисертационния труд, поражда редица въпроси, като бих желала докторантът да отговори на следните:

1. Кои са критериите за обособяване на периодите на развитие на теорията на потребителското поведение /стр.57/ в исторически план?
2. Според автора, покупката на компютърна техника към кой вид риск може да се класифицира, съобразно разгледаните на стр. 106 видове рискове?
3. Защо стратегиите за отдаване под наем на компютри и компютърна периферия не са достатъчно популярни в България?

IX. Заключение

Рецензираният дисертационен труд представлява добросъвестно осъществено, оригинално и мащабно научно-приложно изследване в област със значима актуалност в съвременните условия. Той отговаря на изискванията на ЗРАСРБ, на Правилника за неговото прилагане и на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ – Варна. Това ми дава основание с увереност да дам **положителна оценка** на дисертационния труд и да предложа на уважаемото Научно жури да **присъди** на **Виолета Петева Ласкова** образователната и научна степен “**доктор**” по научната специалност Икономика и управление (търговия).

29.10.2017 г.

Рецензент:...

/проф. д-р  М. Божинова

РЕЦЕНЗИЯ

Вх. №

РА 20-759/18.10.2017г.

за дисертацията на ас. Виолета Петева Ласкова
от катедра „Икономика и управление на
търговията” при Икономически университет – Варна,
за придобиване на образователна и научна степен „доктор”,
на тема: „Стратегически аспекти на потребителското поведение на пазара на
компютърна техника в Република България”

Научна област: 3. Социални, стопански и правни науки

Професионално направление: 3.8. Икономика

Специалност: Икономика и управление (търговия)

Научен консултант: доц. д-р Христо Трайков

Рецензент: Проф. д-р Данчо Янков Данчев

Икономически университет – Варна

Настоящата рецензия е разработена на основание решение на научното жури от
04.10.2017г., назначено със заповед № РД-06-2995 от 03.10.2017г. на Ректора на
Икономически университет – Варна.

I. Данни за дисертанта

Виолета Петева Ласкова е завършила специалност „Икономика и организация на вътрешната търговия“ при ВИНС „Д.Благоев“ (сега Икономически университет) – Варна през 1987г. с отличен успех. През 1988г. постъпва като асистент в катедра „Икономика и управление на търговията“, където работи и до настоящия момент. Зачислена е в задочна докторантура на 24.01.2006г. и е отчислена на 20.10.2010г. През периода на докторантурата е положила успешно четири изпита от индивидуалния докторантски план – Микроикономика, Търговски маркетинг, Основи на научните изследвания и Френски език.

Преподаваните от ас. Виолета Петева Ласкова учебни дисциплини включват : Потребителско поведение, Управление на човешките ресурси, Бизнес комуникации, Борсова търговия, Търговска реклама и др. От тази гледна точка изборът на тематика на дисертационния труд е напълно обоснован и логичен, като се има предвид, че нейните научни интереси са основно в областта на маркетинга и по-специално на потребителското поведение.

През периода от 1988г. до настоящия момент ас. Виолета Петева Ласкова има 20 броя публикации, в т.ч. участие в 4 монографии, 1 учебник, 4 статии и 13 доклада. Участвала е в 11 проекта, специализации и обучения. Член е на Съюза на учените в България и на НТС – Варна. Владее отлично френски, английски и руски езици.

II. Обща характеристика на дисертацията

Дисертацията е в обем от 232 страници и се състои от увод (9с.), три глави (207с.), заключение (4с.), списък на използваната литература (8с.) и приложения (4с.). Общата оценка на разработката изисква последователно да се акцентира върху следните по-важни моменти:

Темата на дисертацията е сполучливо подбрана, тъй като става дума за съществен проблем, който е ясно открит още със заглавието. Правилният избор на темата е подкрепен по-нататък от логиката на изложението. Изучаването на потребителите и тяхното поведение е абсолютно необходимо за разработването на ефективни маркетингови стратегии. От тази гледна точка става ясно, че изследването на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България представлява определен интерес за теорията и практиката. Изборът на този проблем

като тематика на дисертационен труд е актуален и целесъобразен. Темата на дисертацията е значима и актуална, тъй като се отнася до теоретико-приложните проблеми, свързани с изучаването на потребителското поведение, което е изключително сложен и многоизмерен процес. Посочените проблеми са в процес на непрекъснато развитие и усъвършенстване, което е добра предпоставка за открояване на сериозни теоретико-приложни приноси.

Тезата, която конкретизира същността и насоките на научното изследване е, че потребителското поведение е сложен социален феномен с множество различни измерения, което предопределя неговия интердисциплинарен характер. Основната теза на дисертационния труд е декомпозирана в три подтези.

Целта на разработката е на основата на критичен и систематичен анализ на теорията в областта на потребителското поведение да се обоснове сложността и и комплексността на неговите стратегически аспекти, да се анализира процесът за вземане на решение за покупка на компютър и да се моделира този процес в съвременните условия. Целта на дисертационния труд като цяло е постигната, като са решени посочените в увода шест основни задачи.

Обект на изследване в дисертацията е потребителският пазар на компютърна техника в България, съставен от индивидуални потребители и домакинства, които купуват компютърна техника.

Предмет на изследване са проблемите, свързани с изясняване на същността на потребителското поведение и неговите стратегически аспекти, както и начинът, по който се проявява поведението в процеса на вземане на решение за покупка на компютърна техника.

Методите за изследване са подходящо подбрани и използвани. В разработката е използвана богатата информационна база и значителен по обем фактологически материал в съответствие с целите и задачите на изследването. Информацията за изследване на потребителското поведение при покупката на компютърна техника е набрана и интерпретирана от автора според нуждите на изследването. Тя може да се квалифицира като достатъчна по обем и обхват, поради което и изводите, обобщени в дисертацията, са обосновани, с реален смисъл и възможности за приложение.

Ограниченията на изследването са коректно посочени и са свързани основно с акцентирането върху маркетинговия подход при изследване на потребителското поведение, интерпретирането на пазара от маркетингова гледна точка,

процеса на вземане на решение преди и по време на покупката, провеждането на изследването на територията на град Варна и представителността на извадката и др.

Апробацията на теоретичните изводи и практическите предложения на основните идеи на дисертационния труд са представени в редица публикации. Разкрити са възможностите за изследване на потребителското поведение, което доказва изследователската теза.

Използваната литература обхваща голям брой литературни източници (147 бр.) на три езика: български, руски и английски. Прави впечатление големият брой цитирания, позоваването на много автори и коректното отразяване на основните теоретични постижения по изследвания проблем. Литературните източници са достатъчни като обем, обхват и съдържание за цялостното изследване на темата на дисертацията. Ясно проличава, че авторът познава литературата в дадената научна област, правилно я интерпретира и използва. Основните подходи и позиции са задълбочено изучени, конструктивно анализирани, научно осмислени и сполучливо адаптирани за целите на изследването. Това позволява последователно да се обоснове тезата на разработката и да се достигне до практически решения и аргументирани предложения.

III. Структурата и съдържанието на дисертацията.

Отделните глави са логически свързани в съответствие с поставената изследователска цел, подходите за нейното изпълнение и научно-приложната верификация на основната авторска теза.

В първа глава са изяснени някои общи проблеми, свързани с теоретичните аспекти на потребителското поведение. В тази част от дисертацията е представен сериозен, обширен и задълбочен обзор на различните гледни точки относно историята и еволюцията на научното познание за човешкото поведение, социологическите и психологическите теории за потреблението и потребителското поведение, икономическата теория за потребителския избор и маркетинговата теория за потребителското поведение, моделите и факторите на потребителското поведение, процеса на вземане на решение за покупка. Следва да се отбележи още веднъж доброто познаване на литературата по проблема, нейното подходящо обобщаване, интерпретиране и адаптиране, акцентирането върху важни теоретични аспекти. Всички

въпроси са разгледани аргументирано, задълбочено и в съответствие с най-новите теоретични постижения в това отношение.

Втора глава е посветена на проблема за анализ на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България: глобални и регионални промени и рискове, използване на информационните и комуникационните технологии, влияние на доходите върху покупката на компютри, анализ на процеса на вземане на решение за покупка на компютър. Прави добро впечатление използването на голям обем информация и демонстрирането на аналитични възможности за извеждане на подходящи изводи и обобщения.

В глава трета са разгледани някои стратегически насоки на потребителското поведение на пазара на компютърна техника: основни парадигми в изучаването на потребителското поведение в този пазарен сегмент, някои нови направления в неговото изучаване, влиянието на новите свързани потребители и редица насоки за подобряване на маркетинговите стратегии за основните сегменти на пазара на компютърна техника. Предложенията на автора са обосновани, интересни и са насочени към усъвършенстване на търговската дейност в съвременните условия и в специфичен контекст на използването на новите информационни и комуникационни технологии.

Авторефератът в обем от 54 страници правилно, точно и пълно отразява съдържанието на дисертацията.

IV. Основни приноси моменти в дисертацията.

Приносните моменти в дисертационния труд се изразяват в обогатяване, разширяване и допълване на съществуващите научни знания по изследвания проблем, както и подпомагане на практиката.

Основни теоретични приноси:

1. Въз основа на задълбочено проучване, теоретично обобщение и критичен анализ на основните литературни източници в областта на теорията на потребителското поведение се обосновава необходимостта от използване на нови решения за неговото изучаване. Доброто познаване на литературните източници и научните постижения в сферата на потребителското поведение, както и систематичното осмисляне на съществуващите научни хипотези, позволява да се открият нерешените проблеми в това отношение

2. Разширяване на съществуващата в тази област теория чрез разглеждане и изясняване на спецификата при изследване на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България. По този начин се разширява и полето за приложение на теорията за потребителското поведение по отношение на конкретен пазар. С други думи, съществуваща теория и методология се използват за решаване на конкретен проблем с формулиране на подходящи обобщения, изводи и препоръки.
3. Допълване на теорията чрез оценяване на маркетинговите модели на потребителското поведение и класификация на основните фактори, което позволява да се изяснят и обосноват основните проблеми в дисертационния труд.

Основни научно-приложни приноси:

1. Извършено е аналитично проучване на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България в контекста на използването на информационните и комуникационните технологии от потребителите. Изследването демонстрира потенциала на докторантката да провежда самостоятелно научно изследване и правилно да интерпретира неговите резултати.
2. Разкрити са някои нови направления в развитието и изучаването на потребителското поведение (психологически методи, невромаркетинг), предложен е модел на процеса на вземане на решение за покупка на компютър от свързаните потребители и са посочени някои насоки за подобряване на маркетинговите и търговските стратегии за различните сегменти на пазара на компютърна техника.

Справката за приносните моменти в дисертационния труд е включена в заключението на дисертационния труд и в автореферата и е добре представена от докторантката, която е посочила обективно и без преувеличения основните теоретико-приложни постижения, обобщени в шест групи.

V. Публикации и участие в научни форуми

Кандидатката за придобиване на образователна и научна степен „доктор” има представени 7 публикации, в т.ч. 4 статии (от които 1 в чужбина) и 3 доклада, което е

напълно достатъчно. По заглавия и съдържание те представляват съществени части от дисертационния труд.

Някои от по-важните елементи от съдържанието на дисертационния труд са представени на различни научни форуми, което допринася за повишаване степента на тяхната публичност и разпознаваемост сред академичната общност и представителите на бизнеса.

VI. Бележки и препоръки:

1. Налице е известен дисбаланс в структурата на дисертацията, тъй като теоретичната част заема почти половината от нейното съдържание.
2. В т.1 на глава втора би следвало да се акцентира върху тези фактори на външната среда, които имат директно и силно влияние върху потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България..
3. При избора на модел за анализ на връзката между доходите и снабдеността на домакинствата с компютри би трябвало да се апробират и други форми на връзки (например, някои нелинейни модели), които може би по-адекватно отразяват тази зависимост.

VII. Въпроси към докторанта

1. Възможно ли е да се използва мултипарадигмалния подход при изследването на потребителското поведение?
2. Какви нови възможности за изучаване на потребителското поведение разкрива невромаркетингът?
3. Какви предизвикателства съществуват при изследване на влиянието на социалните мрежи върху потребителското поведение?

VIII. Заключение:

Дисертацията отговаря на всички законови изисквания. Има теоретични обобщения, демонстрират се познания и ерудиция по проблемите, извършено е обширно и задълбочено изследване с подходящи методи и са направени обосновани изводи и препоръки.

Като се има предвид темата на дисертацията, нейното съдържание и завършен вид и като се изхожда от това, че изследователската теза е защитена, формулираната цел е постигната, а конкретните задачи са изпълнени, както и поради съдържащите се в нея теоретични и научно-приложни приноси в областта на стратегическите аспекти на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България, считам, че дисертационният труд отговаря на изискванията за придобиване на образователна и научна степен „доктор” по икономика.

Дисертационният труд съдържа научни и научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос в изследваната проблемна област и са популяризирани чрез редица публикации; докторантката притежава задълбочени теоретични знания и демонстрира способност за провеждане на самостоятелни научни изследвания; разработването на дисертацията предлага научно-практическо решение на реален проблем с икономическа и обществена значимост.

В резултат на посочените аргументи, препоръчвам с убеденост на докторантката Виолета Петева Ласкова да бъде присъдена образователна и научна степен „доктор” в професионално направление 3.8. Икономика по научна специалност „Икономика и управление (търговия)”.

Октомври 2017г.

Варна

Рецензент:.....

(проф. д-р Данчо Данчев)