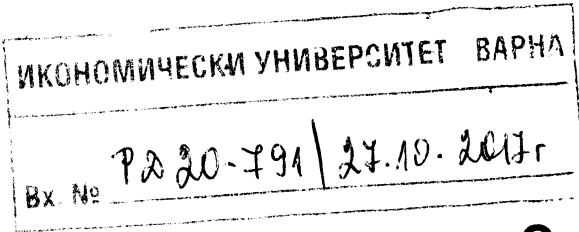


До Ректора на

Икономически университет – Варна



Становище

от проф. д-р ик. н. **Николинка Петрова Сълова**,
професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност
„Икономика и управление (търговия)“, за дисертационен труд за
„доктор по икономика“ по професионално направление 3.8
„Икономика“ и научна специалност „Икономика и управление
(търговия)“ на **Виолета Петева Ласкова** – асистент и докторант към
катедра „Икономика и управление на търговията“ при Икономически
университет – Варна на тема: „**Стратегически аспекти на
потребителското поведение на пазара на компютърна техника в
Република България**“

Съгласно заповед на Ректора на ИУ –
Варна №РД-06.2995 от 03.10.2017 г. за
научно жури и решение на научното жури
от 04.10.2017 г.

Преценка на дисертационния труд

Дисертационният труд на задочен докторант Виолета Ласкова е в общ
обем 232 стр. (но фактически е около 300 стр.), има подходяща структура от
увод, три глави с параграфи (теоретична, същинско изследване по фактически
данни и обосновани виждания за бъдещето), заключение, списък на
използваната литература от 147 източника и приложения от 6 таблици. Има
разработени 34 таблици в основния текст и 6 в приложенията и 28 фигури.
Дисертацията е посветена на значим и актуален проблем. Потребителското
поведение е сложен социален феномен с множество различни измерения с оглед
успешна сегментация на пазара, успешна маркетингова стратегия и

конкурентно предимство. Добре са формулирани тезата, целта, задачите, предмета, обекта, методите и ограниченията на изследването.

Глава първа е посветена на теоретичните основи на потребителското поведение. Аналитично и критично се анализират и обобщават различните теории за потребителското поведение (социологически, психологически, икономически, маркетингови) и на маркетинговите модели и основни фактори на потребителското поведение и на процеса на вземане на решение за покупка. **Показва много добро познаване на теорията, проучването на голям брой подходящи литературни източници и аналитичното и критичното им използване със собствени становища. Има подходящи обобщения, определения, класификации и систематизации, обосновани предложения и изводи, с което се обогатяват съществуващите знания.**

В глава втора се анализира потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България. Анализира се по статистически данни използването от лицата и домакинствата в България на информационните и комуникационните технологии, а също влиянието на доходите върху снабдеността с компютри. Чрез проведена анкета се анализира процесът на вземане на решение за покупка на компютър. **Показва много добри възможности и способности за самостоятелни научни изследвания, разкрива нови научни факти, с което се подпомага практиката, изследването е оригинално и също се обогатяват съществуващите знания.**

В глава трета се разкриват стратегически насоки на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България, особено в развитието и изучаването на потребителското поведение, на модела на свързаните потребители, на подобряване на маркетинговите стратегии за основните сегменти потребители, с което се подпомага главно практиката.

Докторантката има своя оригинален принос, тъй като това е първото у нас по-комплексно изследване на потребителското поведение на пазара на компютърна техника.

Авторефератът на дисертацията отразява правилно нейното съдържание.

Приносите в дисертацията са свързани основно с обогатяване на съществуващите знания и с подпомагане на практиката, което съм посочила по

глави. Справката за приносите, посочени от докторантката, е правдива, но могат по-добре да се формулират.

По дисертацията има 7 публикации: 4 статии, в т.ч. 1 в Братислава, и 3 доклада на международни конференции във Варна и Свищов, което е достатъчно.

Някои критични бележки:

Първо. Теоретичните обобщения и анализи в гл. I можеше да бъдат представени по-стегнато в по-малък обем.

Второ. При анализа на макроикономическата среда в гл. II следваше да има за икономическия растеж, за доходите, за потреблението и инвестициите. Сега примерно доходите ги няма, а има неравенството в разпределението им и безработицата.

Трето. Макар че общо стилът, езикът и редакцията са много добри, има и някои пропуски – напр. в гл. II, т. 4 в редица таблици показателите са дадени на английски език.

Въпрос за защитата: Какви основни виждания има докторантката за бъдещите промени в потребителското поведение и в неговото изучаване?

Заклучение

Становището ми за дисертацията е положително. Тя отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България и на Правилника за неговото приложение, както и на Правилата за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ИУ – Варна.

Познавам В. Ласкова от студентските ѝ години. Тя завърши с отличен успех, умна, отговорна, дружелюбна, етична.

Предлагам с пълна убеденост на Виолета Петева Ласкова да бъде присъдена образователната и научна степен „доктор по икономика“ по професионално направление 3.8 „Икономика“ и научна специалност „Икономика и управление (търговия)“.

26.10.2017 г.

гр. Варна

Член на жури:


(проф. д-р ик.н. Н. Сълова)

от проф. д-р Септемврина Георгиева Костова,

катедра “Икономика на търговията” – УНСС,

на основание заповед на Ректора на ИУ-Варна № РД-06-2995/03.10.2017

за назначаване на научно жури и решение на журито от 04.10.2017 г.

автор на дисертационния труд **Виолета Петева Ласкова**

тема на дисертационния труд

Стратегически аспекти на потребителското поведение на пазара

на компютърна техника в Република България

за придобиване на образователна и научна степен “доктор” по професионално направление 3.8. - Икономика, програма **Икономика и управление (търговия)**

1. Общо представяне на дисертационния труд

Темата на дисертационния труд е актуална и обществено значима. Това се подсилва от обстоятелството, че в нашата страна реализацията и потреблението на компютърната техника е важен въпрос, съпроводен от трудности и предизвикателства. Третираните проблеми в дисертацията са малко изследвани у нас както в теоретичен, така и в практико-приложен аспект. Те са с практическа значимост за търговците на компютърна техника, както и за институциите, регулиращи тази дейност.

2. Преценка на структурата и съдържанието

Дисертацията е написана в обем от 232 страници и е структурирана в увод, три глави и заключение. Разработката съдържа 34 таблици, 28 фигури, 3 приложения и голяб брой 147 литературни източници, от които 86 на кирилица, 55 латиница и 16 от интернет.

Структурата е класическа и е с пропорционално представени три глави.

В първата глава се проследява същността на потребителското поведение, като обстойно са разгледани социологическите, психологическите и икономическите теории. Дефинирани са стратегическите аспекти на потребителското поведение на основата на съвременните маркетингови концепции. Разгледани са основните етапи от процеса на вземане решение за покупка. Тук докторантката в хронологична последователност изяснява основни въпроси за типовете потребителско поведение и видовете потребителски решения, както и анализира факторите, влияещи върху потребителския избор.

Във втората глава е извършен обстоен анализ на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България. С помощта на няколко анализа – на макро-околната среда, на мезо-средата - анализ на домакинствата и профилиране на потребителите на интернет в България се очертават важни тенденции на пазара на компютри у нас. Анализирани са процесът на вземане на решение за покупка на компютър с метода на интервюто и са изведени важни изводи за факторите, влияещи върху избора със значима представителност на извадката. Отлично впечатление прави обработката на данните със SPSS и LibreOffice, които онагледяват резултатите и повишават точността им.

В третата глава са очертани стратегическите насоки на потребителското поведение на пазара на компютърна техника у нас. Положителен е фактът, че докторантката използва CRM системите и маркетинговите концепции за промяна на процеса на вземане на решение за покупка от свързаните потребители.

Авторефератът отразява коректно основните моменти на дисертационния труд. Докторантката е представила 4 статии и 3 доклада по темата. Те са много повече от необходимото и всички са посветени на темата за потребителското поведение.

3. Идентифициране и оценяване на научните и научно-приложните приноси

Научни приноси:

1) Извършен е критичен анализ на високо равнище на теориите за потребителското поведение с аргументация на новите аспекти на изучаване и прилагане на комплексни научни изследвания.

2) Обстойното проучване на различни маркетингови научни концепции за потребителското поведение, които са позволили на докторантката да дефинира стратегическите му аспекти. В допълнение са сравнени и оценени маркетингови модели за потребителско поведение, които изследват процеса на решението за покупка.

Научно-приложни приноси:

3) Изследвано е потребителското поведение на пазара на компютърна техника у нас. Достоянство на работата е формирането на сегменти на редовните потребители на компютри.

4) *Практико-приложен принос* е разработването на потребителски профили чрез проведено интервю и определяне на ключовите детерминанти.

5) Разработването на модел „Цикъл за вземане на решение”, който е адаптиран към интернет системата, е практически ценен за участниците на компютърния пазар, като са използвани най-новите изследователски методи.

4. Критични бележки и препоръки

Дисертацията има подчертано теоретичен и аналитичен характер. Проведеният анализ не дава приоритет на демографските фактори: пол, възраст, образование, социален и материален статус при избора на компютър, а остава единствено факторът „доход” (с.181), което е в противоречие с предишните постановки. Също така се прави извод, че българите изостават по показателя „достъп до интернет” и способности за боравене с „дигитални технологии” и това е разрушаване на мита, че в сравнение с други европейски страни ние сме по-напред. Как може да се обясни тази констатация? Не е развита достатъчно новата тенденция за използване на „облачните технологии.

Посочените слабости и пропуски не намаляват достойнствата и научните приноси на докторския труд. Те по-скоро са препоръки за бъдещата работа на докторантката, която може да извърши още изследвания и анализи в тази област.

5. Въпроси

1) Как стратегията на омниканалната търговия ще спомогне за увеличаване на дигиталните продажби?

2) Ще изместят ли смартфоните купуването на компютрите на пазара в България?

6. Заключение

Представеният дисертационен труд отговаря напълно на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в РБългария, поради което предлагам на членовете на уважаемото научно жури да дадат положителна оценка на Виолета Петева Ласкова за придобиване на образователна и научна степен “доктор” по научната специалност “Икономика и управление (търговия)”.

30.10.2017 г.

гр.София

Написал становищ

(проф. д-р Септемврина Костова)



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ ВАРНА

СТАНОВИЩЕ

ОТ

Вх. № РД 20-468/20.10.2017г.

доц. д-р Христо Трайков

член на научно жури, съгласно Заповед № РД-06-2995/03.10.2017 г. на
Ректора на Икономически университет – Варна

за дисертационен труд на тема:

**„СТРАТЕГИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО
ПОВЕДЕНИЕ НА ПАЗАРА НА КОМПЮТЪРНА ТЕХНИКА В
РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ”**

с автор: **Виолета Петева Ласкова,**

относно процедура за придобиването на образователна и научна
степен „доктор” в ПН 3.8 – Икономика, докторска програма – Икономика и
управление (търговия)

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

По настоящата процедура са представени: дисертация, приложения, автореферат и публикации в съответствие с изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и Правилата и условията за реда за придобиване на научни степени в ИУ – Варна.

Дисертационният труд е с обем от 232 стр. и се състои от увод, изложение в три глави, заключение, списък на използваната литература и приложения. Основният текст включва 34 таблици и 28 фигури. Структурата на труда следва логиката на изследването. Съдържанието на всяка от главите е разпределено в отделни параграфи като в края на всяка глава са представени изводи и заключения.

Разглежданият дисертационен труд е посветен на актуален и практически значим проблем – потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България. Потребителското поведение на пазара на компютърна техника е сложен социално-икономически феномен, исискващ използването на нови концепции за анализ и прогнозиране, основани върху

комплексен подход и насочени към успешно сегментиране и създаването на успешни маркетингови стратегии на пазара на компютърна техника.

Целта и задачите на дисертационния труд (6 на брой) са формулирани коректно в съответствие с обхвата и ограниченията на изследването.

Основната теза на дисертационния труд се развива последователно в три подтези, представени в увода на стр. 5.

Избрани са подходяща методика и инструментариум за провеждане на изследването на пазара на компютърна техника в България.

Предвид заглавията, включени в списъка на използваната литература (147 бр.), може да се обобщи, че тя е достатъчно богата, целенасочено избрана, за да се извърши задълбочено научно изследване по темата. При критичния анализ авторката е подхождала добросъвестно към използваните в изследването източници.

2. ОЦЕНКА НА ПРИНОСИТЕ

Приемам представените от авторката приноси в справката за приносните моменти в дисертационния труд като лично дело, плод на самостоятелно изследване. Приносите могат да се обобщят като обогатяване на съществуващите научни знания, във връзка с критичния анализ на потребителското поведение, на базата на еволюцията на социологическите, психологическите, икономическите и маркетингови теории. Дефинирани са стратегическите аспекти на потребителското поведение на основата на най-съвременните маркетингови концепции, които се приемат за фундаментални, но се обогатяват с някои хипотези от класическия мениджмънт.

Практическият принос в дисертационния труд се фокусира около обобщаване и оценяване на маркетинговите модели на потребителско поведение, разкриване на техните възможности при анализирането на потребителското поведение на пазара на компютърна техника в България и разглеждането на основните групи фактори, влияещи върху него. В допълнение процесът за вземане на решение за покупка на даден продукт на основата на първична информация е анализиран чрез анкетиране на

потребители от целева група. Анализът позволява да се определят основни детерминанти при вземането на решение за покупка.

3. ОЦЕНКА НА АВТОРЕФЕРАТА И ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Авторефератът като обобщено съдържание на дисертационния труд е в обем от 55 стр. Той съдържа необходимите структурни елементи, коректно отразява изследването и получените резултати. Докторантът представя 7 публикации по дисертационния труд, от които 4 статии и 3 доклада. Всяка от публикациите е свързана с темата на дисертационния труд и осигурява необходимата публичност на процеса на изследване. Общо публикациите са в 4 издания, като едно от тях е международно (Bratislava University of Economics). Периодът, в който са публикувани е в рамките на 12 год. - от 2005 до 2017 год., което е доказателство, че дисертантът се занимава с проблематиката целенасочено от дълго време.

4. БЕЛЕЖКИ И ПРЕПОРЪКИ

1) Приносните моменти биха могли да бъдат формулирани по-ясно, за да се отразят по-прецизно изследователските постижения на авторката.

2) Аргументацията относно избора на маркетинговия подход за анализ на потребителското поведение с приоритет пред микроикономическия подход е въз основа на мненията на други автори. Докторантът въз основа на емпиричната информация би следвало да представи допълнително аргументи при използването на маркетинговия подход, които са основани на неговия личен опит, както и на възможностите на подходите за извеждането на коректни изводи от емпиричния анализ.

3) Убеден съм, че в дисертационния труд има място задълбочаването на научния анализ по посока на изясняване на взаимната противоречивост между общоикономическия, маркетинговия, социологическия и психологическия подходи при изучаването на потребителското поведение. Предвид преходността на обекта на изследването – покупката на компютърна техника, по-скоро дисертационният труд би имал по-сериозна тежест в научен план, отколкото в практико-приложен.

5. ВЪПРОСИ

1) Моля дисертантът да изясни основните проблеми и противоречия на маркетинговия и микроикономическия подходи при изследването на потребителското поведение. По негово мнение, какво е нивото на практическа приложимост на инструментариума на двата подхода при емпиричните изследвания на пазара на компютърна техника.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисертационният труд отговаря на изискванията по ЗРАСРБ, Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и Правилника на ИУ – Варна. Изследователските цел и задачи са постигнати, тезата на дисертационния труд е доказана. Предвид значимостта на изследваните проблеми и получените резултати, както и предвид посочените приноси в дисертацията, давам положителна оценка и предлагам на научното жури да присъди на Виолета Петева Ласкова образователна и научна степен „доктор” в ПН 3.8 – Икономика, докторска програма – Икономика и управление (търговия).

20.10.2017г.

член на научното жури:



гр. Варна

доц. д-р Христо Трайков