



РЕЦЕНЗИЯ

От:

проф. д.н. Симеон Денев Желев;

УНСС, катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“;

професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност

„Маркетинг“ 05.02.26

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност 05.02.26 „Маркетинг“ в УНСС.*

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 2632 / 28.10.2020 г. на Ректора на УНСС.

Автор на дисертационния труд: *Димитър Желязков Събев*

Тема на дисертационния труд: *Потребление, икономически растеж и бъдещето на маркетинга*

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, факултет „Управление и*

администрация“ на УНСС по *научна специалност* „Маркетинг“ в задочна форма за периода 2017 – 2020 г

Дисертантът е завършил езикова гимназия в гр. Добрич и владее отлично писмено и говоримо английски, немски и руски езици. Бакалавърската му степен е по специалност „Маркетинг и мениджмънт“, а магистърската степен по специалност „Стопанско управление“ – и двете в Икономически университет Варна.

Бил е докторант към катедра „Маркетинг“ в Икономически университет Варна, където е водил занятия като хоноруван асистент по дисциплините „Основи на маркетинга“ и „Ценова политика“.

Работил е като преводач и редактор в няколко печатни и електронни медии, където е автор и на редица статии.

Индивидуалният му план е изпълнен качествено и в срок.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд по обем и стилистика се вписва в изискванията на Закона за развитие на академичния състав и Правилника на УНСС за условията и реда за придобиване на научни степени и за заемане на академични длъжности.

Налице е съответствие на заглавието на дисертацията и нейното съдържание.

Дисертационният труд е с обем от 233 стандартни страници основен текст. В структурно отношение дисертацията е изградена във въведение, три глави, заключение, списък с цитирана литература и приложения. Цитираните литературни източници са 213 – на български, английски, немски и руски.

Като подчертава традиционната значимост на проблематиката за икономическия растеж, авторът правилно намира **актуалността** на тази проблематика в няколко посоки.

Първо, много макроикономически теории изграждат своите модели, без да отчитат, че на планета с ограничени ресурси безкрайният стопански растеж е невъзможен от научна гледна точка.

Второ, в изоставащите региони на света икономическият растеж е залог за физическото оцеляване за стотици милиони хора, докато населението на рано индустриализираните икономики вече изпитва негативни последици от растежа.

Трето, използването на прираста на brutния вътрешен продукт като мерило за увеличаване на благосъстоянието или икономическите успехи все по-често се подлага на критика.

Четвърто, бързо оформящата се концепция за пост-растежа се превръща в една от главните насоки за критика на съвременната икономическа система, в това число и дори специално на маркетинговата практика и философия, целяща растеж посредством увеличение на потреблението.

Обект на изследване в дисертационния труд е икономическият растеж, разбран като икономическо и социално явление на трайно нарастване на мащаба, интензивността и сложността на икономическите процеси с всеобхватно въздействие върху природата и културата.

Предмет на изследване в дисертационния труд е връзката между маркетинг, потребление и икономически растеж. Тази връзка има системен характер: реалният маркетинг стимулира потреблението и така усилва растежа на икономиката, но и историческите промени в потребителските тенденции налагат отпечатък върху маркетинга, а така и

на темповете на растеж в икономиката. Балансирането на потреблението в съответствие с екологичните приоритети в икономиката налага вътрешни трансформации в маркетинга.

Изследването си поставя като **основна цел** да установи: има ли маркетингът, разбран като социален и управленски процес, място в икономика, която не преследва растеж?

Дефинирани са няколко **изследователски задачи**:

1. Да се изследва дали – и ако да, при какви условия, икономическата теория приема възможността да съществува просперираща икономика с нулев или бавен растеж.

2. Да се очертаят основните линии на теоретичната и политическата дискусия върху проблемите на икономическия растеж в контекста на глобалните екологични и социални предизвикателства.

3. Да се формулират недостатъците на маркетинговата концепция от гледна точка на идейното направление на пост-растежа.

4. Да се изследват негативните ефекти върху потребителите от претоварването с маркетингови стимули и от ускорения растеж на консумацията.

5. Да се изследва дали – и ако да, при какви условия, потребителите биха променили поведението си в посока, която съответства на изискванията на пост-растежа.

6. Да се опишат вероятните характеристики на онзи тип маркетинг, който съответства на изискванията на концепцията за пост-растежа.

Изследователската теза, която защитава трудът, гласи, че е възможно да съществува модерна икономика, която не регистрира прираст, при положение че човешката активност се насочи към над-материални приоритети. Маркетингът не само има място в подобна

икономика, но ще бъде ключов инструмент за постигане на това състояние.

За доказване на тезата авторът проверява с добре подбрана методика на емпирично изследване две хипотези. Хипотеза А гласи, че маркетинговата практика злоупотребява с интересите на потребителите, докато преследва максимален растеж. Хипотеза Б твърди, че потребителите съзнателно се ориентират към по-малка по обем консумация.

Използвана е добре подбрана научна литература от авторитетни автори и произведения, които показват изключително добрата осведоменост на докторанта по въпросите, които са предмет на изследване.

Осъществено е собствено оригинално емпирично изследване с извадка от 1400 респондента, което показва доброто владене от автора на въпросите по измервателните техники, методите за събиране на данни, извадковия подход, аналитичните техники и интерпретацията на емпиричните резултати.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Първото, което искам да отбележа в тази част на рецензията, е, че става дума за един изключително интересен и сложен за изследване изследователски проблем. Само по себе си откриването на такъв проблем може да се смята за постижение.

По моя оценка, заложените цел и изследователски задачи могат да се приемат като изпълнени качествено и добросъвестно.

Използвана е правилна методика на емпиричните изследвания.

Проведен е задълбочен и смислен анализ и интерпретация на емпиричната информация.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Авторът очертава следните научни и научно-приложни приноси:

1. Теоретична аргументация на ролята на маркетинга на фирмено и системно равнище в процеса на икономически растеж.
2. Формулиране и проверка на валидността на концептуалния модел „Икономически растеж чрез маркетинг“, посредством свръх-удовлетворяване и планирано непълно удовлетворяване на нуждите на потребителите.
3. Разработване на оригинален дизайн за психологическо маркетингово проучване сред потребителите, обединяващо количествени и качествени методи на изследване.
4. Емпирично проучване на слабо познати маркетингови въздействия върху потребителите, чрез използване на дълбочинни индикатори и обединяването им в наративни индекси, използвани като детектор за природата на маркетинга.
5. Установяване и количествен анализ на връзката между маркетингово претоварване на потребителите и генериране на отпадъци в обществото.

Намирам, че тези приноси са действително налице и са действително постижение на дисертанта. Въпреки, че винаги съм смятал, че обзорът на литературата е „кухненска работа“ и не може да се изтъква като принос, тук правя изключение и бих предложил един такъв принос, тъй като става дума за много подробен и много задълбочен обзор.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Към дисертационния труд са приложени 4 статии и един доклад, които са във връзка с разискваната в него проблематика.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът дава правилна и обстойна представа за съдържанието и постиженията на дисертационния труд.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Две критични бележки мога да отбележа.

Първо, можело е да се търси и постигне една по-добра формула за обема на основния текст. Независимо, че от първия, до втория, до третия и до сегашния окончателен вариант бяха направени сериозни опити в тази посока, намирам, че текстът на места е излишно разточителен и неговото съкращаване само би подобрило четимостта и разбираемостта му.

Второ, можело е да се постигне едно по-добро и по-разбираемо представяне на методиката на емпиричното изследване и, преди всичко, на резултатите от него. И тук авторът внесе много подобрения от първоначалния до последния вариант, но е можело да се постигне по-добър резултат, особено като се има предвид, че докторантът Събев е професионален автор на научни и научно-популярни статии.

8. Заключение

Намирам, че предложението за защита дисертационен труд е лично и добросъвестно дело на дисертанта. Той има всички черти на дисертационен труд според научните традиции и нормативните изисквания в страната.

С убеденост ще гласувам ЗА присъждането на образователната и научна степен „доктор“ на докторанта Димитър Събев.

25. 11. 2020 г., София

Подпис: проф. д. н. Симеон Желев