



## СТ А Н О В И Щ Е

От: **доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова**

Научна специалност: Маркетинг

Пловдивски университет „П. Хилендарски“, ръководител на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“.

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“, в УНСС.

Автор на дисертационния труд: *Димитър Желязков Събев*

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

**Основание** за представяне на становището: участие в състава на научното жури като външен член по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 2632/28.10.2020 г. на Зам.-ректора по НИД на УНСС.

### **1. Информация за дисертанта**

Докторант Димитър Събев е обучаван по докторска програма към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ при факултет „Управление и администрация“ на УНСС по научна специалност „Маркетинг“, съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 1222/16.05.2017 г. Обучението е осъществено в задочна форма за период от четири години (14.04.2017 – 04.04.2021 г.).

Събев има магистърска степен по „Стопанско управление“ и бакалавърска степен по „Маркетинг и мениджмънт“, придобити в Икономически университет – Варна.

Освен това той притежава ценен професионален и академичен опит на длъжности като експерт по Връзки с обществеността при БСК, икономически експерт по изследователски проекти на Европейския парламент, Greenpeace, „За Земята“ и др., национален координатор по проект „Заедно за данъчна справедливост“ (програма DEAR на Европейската комисия), хоноруван асистент по „Основи на маркетинга“ и „Цени и ценова политика“ (в ИУ – Варна за периода 2003 – 2005 г.), хоноруван преподавател по „Принципи на маркетинга“ на английски и „Стратегически маркетинг“ на български език (във ВУЗФ от 2018 г. досега).

### **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Представеният за становище дисертационен труд е с общ обем от 266 страници, от които: въведение (10 стр.), три глави (215 стр.), заключение (8 стр.), цитирана литература (15 стр.) и приложения (18 стр.). Съдържанието на основния текст е

онагледено с 10 таблици и 24 фигури. Използвани са 213 литературни източника на два езика (български и английски), в т.ч. 56 на кирилица и 157 на латиница.

Още тук следва да бъдат отбелязани два съществени факта:

- над 90 % от използваната литература е на английски език, което демонстрира солидната чуждоезикова подготовка на докторанта;
- близо 40 % от източниците са от периода след 2010 година – доказателство за много добро познаване на съвременното състояние на проблема.

Темата на дисертацията е изключително интересна както за теорията, така и за практиката на маркетинга. Това, което я отличава от предходни разработки е акцентът върху връзката маркетинг, потребление и икономически растеж. Безспорната актуалност на тематиката произтича и от недостатъчния брой научни изследвания, които не са в състояние да обхванат многоаспектната проблемна природа на растежа.

Целта и задачите са прецизно формулирани.

Изведените теза и две хипотези на изследването предопределят теоретико-методологичния и практико-приложния характер на дисертационния труд.

За изучаването на ежедневния опит на потребителите, подложени на маркетинга за растежа, се използва хибриден изследователски дизайн (съчетан е формулативният с дескриптивния подход). Разработен е онлайн въпросник, разпространен в социалните мрежи и уебсайта на автора в периода от 12 до 25 август 2019 г. Предвид предложения концептуален модел и дефинираните хипотези са определени 11 ключови области за изследване посредством 100 тематично свързани индикатора, композирани в 9 индекса. Намирам, че приложените статистически методи в емпиричния анализ са адекватни на характера на избраните за изучаване индекси.

Изброеното обосновава мнението ми, че дисертацията е **добре структурирана, актуална, значима и умело формулирана в тематично отношение.**

Оценявам положително аргументирания **избор на обект и предмет на изследване** и приемам, че **изследователската цел** е постигната.

Поставените **задачи** са изпълнени, а формулираната **основна теза** е доказана.

**Литературните източници** са добре подбрани и коректно използвани.

### **3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

От изложението на дисертационния труд е видно, че авторът умее да интерпретира, систематизира и анализира наличната литература по проблема. В този смисъл са дискутирани различни виждания за същността и проявленията на икономическия растеж, дълбочинно е коментиран проблемът за реализирането на просперитет без растеж, предложен е авторски модел на свръх-задоволяване и непълно задоволяване на потребности, разработен е модел за мястото на маркетинга в спиралата на икономическия растеж (първа глава).

Възприетият методически подход (втора глава) осигурява постигането на поставените цел и задачи в дисертацията.

Получените резултати от емпиричното изследване позволяват да бъдат направени обобщени изводи за някои вредни въздействия на маркетинговите инструменти, използвани за целите на постигането на растеж. В резултат са очертани и обсъдени някои сценарии за социално-икономическо развитие и маркетинговите

трансформации в тях. Коментирани са някои аспекти на *зеления* маркетинг; *побутването* встрани от растежа; *икономиката на щастието*; провеждането на успешен маркетинг, водещ до нулев или бавен растеж (трета глава).

Дисертацията **предоставя ценен материал** за размисъл и със сигурност може да служи като **отправна база за бъдещи проучвания** и в други проблемни области, характеризиращи се с въздействия на реалния, преследващ растеж маркетинг върху потребителите.

#### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Приемам посочените в дисертационния труд пет приноса от теоретико-методологически и приложен характер, като четвъртият от тях оценявам като *оригинален принос* в българската наука и практика.

#### **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

По темата на дисертацията са обявени пет броя самостоятелни публикации – 4 статии в реферирани и индексирани издания и 1 научен доклад, представен на национална конференция.

#### **6. Оценка на автореферата**

Авторефератът съдържа всички необходими реквизити, разработен е коректно и в достатъчна степен отразява съдържанието на целия текст.

#### **7. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Нямам съществени критични бележки към дисертационния труд. Бих препоръчала на автора да разшири и доразвие проблематиката, както и да издаде монографичен труд по темата.

#### **8. Заключение**

Предоставената дисертация представлява оригинално, самостоятелно и задълбочено научно изследване на актуален и значим проблем. Тя съдържа ясно открити теоретико-методологически и практико-приложни приноси и отговаря на изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за прилагането му и вътрешните нормативни документи на УНСС.

Затова убедено давам **положителна оценка** на разработения дисертационен труд и препоръчвам на уважаемите членове на Научното жури **да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Димитър Желязков Събев** в област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“.

16.11.20 г.  
Пловдив

Подпис: .....  
/доц. д-р Теофана Димитрова/