



РЕЦЕНЗИЯ

От: доц. д-р Явор Лилков Янкулов

Университет за национално и световно стопанство

Научна специалност „Икономика и управление“ (Търговия)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Икономика и управление“ (Търговия) в УНСС

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 794/21.03.2024 г. на Заместник-ректора по НИД на УНСС.

Автор на дисертационния труд: **ВЕЛИЧКА ГЕОРГИЕВА ЗЛАТКОВА**

Тема на дисертационния труд: **КЛЮЧОВИ ТОЧКИ НА КОНТАКТ В ПОТРЕБИТЕЛСКАТА ПЪТЕКА ПРИ ОМНИКАНАЛНА ТЪРГОВИЯ**

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал като задочен докторант по докторска програма към катедра „Икономика на търговията“ на Университета за национално и световно стопанство по научна специалност „Икономика и управление“ (Търговия) съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 1055/28.04.2017 г.

Величка Златкова е бакалавър по „Икономика на търговията“ от 2014 г. и магистър по „Финанси“ от 2016 г., УНСС. Работила е като служител обслужване на клиенти Сосиете Женерал Експресбанк АД, експерт дигитален маркетинг и тийм лидер

дигитален маркетинг УниКредит Булбанк АД. Трудовият ѝ стаж има пряка връзка с темата, като натрупаният практически опит в работата с клиенти и дигиталния маркетинг, конкретно за банковата сфера, изключително много допринасят за качеството и практическата насоченост на дисертационния труд.

Докторантът е изпълнил заложените в индивидуалния учебен план дейности в съответствие със заложената времева рамка. Задължителните изпити са положени в рамките на предварително зададения срок. Представени са всички необходими документи за извършване на цялостна оценка на дисертационния труд и свързаните изисквания за предоставяне на научната степен.

2. Обща характеристика на дисертационния труд

Структура, обем: Дисертационният труд е в обем от 250 страници, от които текст, 39 таблици и 48 фигури. Общо към труда са добавени и 9 приложения. Трудът е структуриран в увод, изложение в три глави, заключение, списък с използвана литература и приложения. Списъкът с използваната литература включва 186 източника на информация, от които 19 на български и 167 на английски език.

Актуалност на темата: Представената ми за рецензиране разработка третира един изключително актуален въпрос в съвременната търговска дейност – ключови точки на контакт в потребителската пътека при омниканална търговия. Всъщност, това са цели три актуални теми, всяка от които е от съществено значение както за теорията, така и за практиката на търговията и продажбите. Това е проблематика, която не е била обект на сериозни анализи, особено в нашата конкретна търговска теория и практика. Затова оценката на дисертационния труд относно актуалност, практико-приложна значимост и потенциал за принос към теорията и практиката е безспорно висока. Промените в поведението на потребителите при пазаруване, включително техните специфики и динамично изменящи се изисквания, създадоха допълнителна предпоставка за преминаването към нов етап в развитието на търговията изобщо, а именно появата на омниканалната търговия. В центъра на този вид търговия стои използването на широк кръг от точки на контакт с настоящи и потенциални клиенти в един изключително взаимоотношен вид. Това само по себе си води до естественото обогатяване на икономическата терминология със специфични категории като омниканална комуникация, омниканален потребител, точки на контакт, потребителска пътека, „безпроблемно“ потребителско преживяване и още редица други.

В дисертационния труд ясно и конкретно са изведени обектът и предметът на изследването: обект на изследването са точките на контакт и изграждането на омниканална потребителската пътека при заявка на продукта потребителски кредит; предмет на изследването са теоретико-методологичните аспекти в областта на извеждането на ключови точки на контакт и изграждането на омниканална потребителска пътека при заявка на потребителски кредит.

Целта на дисертационния труд е въз основа на теоретичен обзор на същността и видовете точки на контакт при изграждане на потребителска пътека в омниканална търговия, както и на изследователските методи и моделите на потребителска пътека в омниканални условия, да се изведат ключовите точки на контакт както от гледна точка на потребителя, така и на търговеца и да се предложи омниканална потребителска пътека с оптимални на брой и вид точки на контакт и за двете страни. Сред поставените изследователски задачи заслужава да се открият следните: Извеждане сегментацията и профилирането на потребителите като предпоставки за обособяване на ключови точки на контакт в потребителската пътека в омниканални условия; Систематизация на методите за идентифициране на точките на контакт в омниканална потребителска пътека; Обособяване на модели на потребителска пътека в омниканални условия; Изготвяне на методика за извеждане на ключови точки на контакт и изграждане на потребителска пътека при омниканални условия; Приложение на методиката за извеждане ключови точки на контакт и изграждане на потребителска пътека при заявка на потребителски кредит.

Изследователската теза е добре формулирана и има проблемен характер. Постулира се, че за изграждане на оптимална потребителска пътека е необходимо да се изведат ключови точки на контакт. Възможните точки на контакт имат различна степен на значимост за потребителите, чиито решения от своя страна, са резултат от интегрираното влияние на не задължително всички вероятни точки на контакт при изграждане на омниканална потребителска пътека.

Добро впечатление прави сериозната методологическа основа на изследването, като умело са приложени интердисциплинарния и системния подход, както и традиционните методи за анализ, сред които: клъстерен и факторен анализ; сравнителен и дескриптивен анализ, метод на моделирането; количествен метод на допитване и метод на наблюдението и др. Проучената научна литература изчерпателно отразява

изследванията по темата на водещи български и чуждестранни автори. След всяка глава има добре дефинирани основни изводи. Намирам направените ограничения и рамки на изследването за коректни.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Дисертационният труд детайлно изследва на теоретико-методологично и приложно равнище конструирането на потребителска пътека при омниканална търговия, която да представя ключови точки на контакт. В тази връзка, на първо място е осъществено обхватно теоретично изследване на омниканалната търговия и точките на контакт, както и на същността и моделите на потребителска пътека в омниканални условия. За целите на анализа е направен и обзор на изследователските методи и модели, приложими в извеждането на ключови точки на контакт и изграждане на потребителска пътека. В дисертационния труд се обобщава, че моделите за конструиране на потребителска пътека са вид модели на потребителско поведение. На базата на добре развитите теоретични постановки в тази връзка, в изложението се изследват специфичните модели, обвързани конкретно с конструирането на потребителска пътека. Сред най-популярните такива в условията на омниканална търговия се нареждат RACE модела и моделът на „5-те А“. Разработени са два нови модела – матрица на омниканално взаимодействие и омниканален спектър. Всеки един от моделите акцентира върху специфични състояния и процеси, което предполага и целевото му използване в съответствие с изследователските цели.

Въз основа на прегледа на теоретичните и методологичните аспекти по темата, в дисертационния труд е изведена методика, чрез чието приложение да се идентифицират ключовите точки на контакт в потребителската пътека и да се структурира омниканална пътека при избран целесъобразен модел. Приложението на методиката доказва тезата на дисертационния труд, че възможните точки на контакт имат различна степен на значимост за потребителите, чиито решения от своя страна, са резултат от интегрираното влияние на не задължително всички вероятни точки на контакт при изграждане на омниканална потребителска пътека. В случая решението за заявка на потребителски кредит е резултат от интегрираното влияние на ключови точки на контакт, но не на всички възможни. В резултат на приложените анализи се достигна до установяване на оптимален набор от точки на контакт (три до четири), в омниканалната

потребителска пътека за заявка на потребителски кредит, който представлява избрана комбинация от общо десет точки.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

В автореферата са изведени седем приноса, като особено се открояват следните:

- Изведена е систематизация на критериите за класификация на точките на контакт и съответните видове точки на контакт с техните специфики.
- Изградена е методика от 6 етапа, чрез чието приложение се идентифицират ключови точки на контакт и се структурира омниканална пътека при избран целесъобразен модел. Методиката е апробирана за изграждане на потребителска пътека с ключови точки на контакт при заявка на потребителски кредит.
- Въз основа на проучените модели на потребителска пътека и отчитаните връзки в омниканални условия са разработени два авторови модела – матрица на омниканалните взаимодействия и омниканален спектър.
- Чрез приложените анализи и модели е доказано, че макар и в омниканална среда, може да се изгради оптимална потребителска пътека без в нея да фигурират всички възможни точки на контакт, а само с предварително изследвани и изведени ключови такива в покупко-продажбения процес.

Представените в дисертационния труд и автореферата приноси отразяват постигнатите резултати и съответстват на поставените цели и задачи. Те допълват сравнително ограничените до момента изследвания по темата и дават добра възможност за приложение в практиката.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Към автореферата е посочен списък с 3 авторови публикации по темата. Същите са пряко свързани с темата на дисертационния труд, включват значими резултати от дисертацията и са публикувани в авторитетни научни издания.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът отразява коректно съдържанието и основните положения на дисертационния труд и дава много добра представа за резултатите от изследването. В

съответствие с изискванията са посочени справката за приносите и списъка на публикациите по темата на дисертацията.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Разработката е на високо теоретично, методологично и практико-приложно ниво. Нямам критични бележки. За нуждите на конкретната търговска практика ще бъде от полза да се представи в съкратен и конспективен вид, с ясно очертани показатели за измерване и стъпки за практическо приложение. Това е и моята препоръка към дисертанта.

Въпрос: Какви са възможностите за приложение на така разработените два авторови модела – матрица на омниканалните взаимодействия и омниканален спектър в различни търговски фирми и има ли ограничения според типа на бизнеса?

8. Заключение

Дисертационният труд съдържа научни и научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката и отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ), Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и съответния Правилник на УНСС. Представената дисертация представлява самостоятелно, задълбочено и комплексно научно изследване по избраната проблематика, което е базирано на прилагането на съвременни методологични подходи и в което има ясно изразени авторски приноси. Дисертационният труд показва, че докторантът притежава задълбочени теоретични знания и професионални умения и демонстрира качества и умения за самостоятелно провеждане на научно изследване. Това ми дава основание да препоръчам на членовете на научното жури да присъдят на Величка Георгиева Златкова образователната и научна степен “доктор” по научната специалност “Икономика и управление” (Търговия).

22.04.2024 г.

Подпис:

София

доц. д-р Явор Янкулов