

РЕЦЕНЗИЯ

за дисертацията на **Величка Георгиева Златкова**, докторант в
задочна форма на обучение
към катедра „Икономика на търговията” при УНСС– София,
на тема: **„КЛЮЧОВИ ТОЧКИ НА КОНТАКТ В ПОТРЕБИТЕЛСКАТА
ПЪТЕКА ПРИ ОМНИКАНАЛНА ТЪРГОВИЯ“**

Научна област: 3. Социални, стопански и правни науки
Професионално направление: 3.8. Икономика
Специалност: Икономика и управление (търговия)
Научен ръководител: Доц. д-р Виолета Борисова Гълъбова

Рецензент: Проф. д-р Данчо Янков Данчев
Икономически университет – Варна
Специалност: Икономика и управление (търговия)

Настоящото становище е разработено на основание решение на научното жури от 02.04.2024г., назначено със заповед № 794 от 21.03.2024г. на Заместник-ректора по научноизследователската дейност на УНСС - София.

1. Информация за дисертанта

Докторантката Величка Георгиева Златкова се е обучавала по докторска програма към катедра „Икономика на търговията“ на УНСС по научна специалност „Икономика и управление (търговия)“ съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 1055/28.04.2017г. Обучението е осъществено в задочна форма през периода от 28.03.2017 до 28.03.2024г.

Докторантката е Бакалавър по „Икономика на търговията“ и Магистър по „Финанси“ от УНСС – София. Професионалната кариера на Величка Златкова е свързана с работа в банковия сектор, където заема позиции по обслужване на клиенти и дигитален маркетинг. От представената автобиография става ясно, че притежава необходимите професионални, социални и дигитални умения и компетенции, както и че е завършила успешно редица курсове за допълнителна квалификация.

2. Обща характеристика на дисертацията

Дисертационният труд е в обем от 289 страници, от които 268 страници основен текст и 21 страници приложения и е структуриран в увод, три глави, заключение, списък на литературните източници и приложения. В подкрепа на изложението са оформени 39 таблици и 48 фигури.. 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. Темата на дисертацията е значима и актуална, тъй като се отнася до теоретико-приложните проблеми, свързани с някои от най-новите проблеми в маркетинга и ритейлинга – изграждането на потребителската пътека и ключовите точки за контакт при омниканалната търговия.. 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 за изграждане на оптимална потребителска пътека е необходимо да се изведат ключови точки на контакт, които имат различна степен на значимост за потребителите и банковите институции.

Целта на разработката е въз основа на теоретично обобщение на същността и видовете точки на контакт при изграждане на потребителска пътека, както и чрез прилагане 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. Целта на дисертационния труд е постигната, като са решени посочените във въведението девет основни задачи.

Обект на изследване в дисертацията са точките на контакт и изграждането на омниканална пътека при заявка за потребителски кредит.

Предмет на изследване са проблемите, свързани с теоретико-методологичните аспекти в областта на извеждането на ключови точки на контакт и изграждането на омниканална потребителска пътека при заявка на потребителски кредит.

Методите за изследване са подходящо подбрани и използвани. В разработката е използвана богатата информационна база и значителен по обем фактологически материал, който е набран и приспособен от автора според тематиката на изследването. Теоретичната и емпиричната информация 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. Прави впечатление широкото и задълбочено използване на маркетингови методи в съчетание с качествения анализ.

Ограниченията на изследването са коректно посочени и са свързани основно със спецификата на изследването в банковия сектор, както и с акцентирането върху нагласите на потребителите при заявките за кредит в конкретна банкова институция.

Използваната литература обхваща голям брой литературни източници (186 бр., от които 19 на български и 167 на английски език). 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 дисертацията и да се достигне до практически решения и аргументирани предложения.

Структура 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 основи на омниканалната търговия и контактните точки в тази съвременна форма за осъществяване на търговската дейност. В тази част от дисертацията е представен сериозен, обширен и задълбочен обзор на различните гледни точки относно същностните характеристики и особеностите на омниканалната търговия, омниканалните потребители и точките за контакт като важна част от потребителската пътека. 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 методологическа и е посветена на проблема за извеждане на ключови точки за контакт и изграждане на потребителската пътека при омниканалната търговия: сегментация и профилиране на потребителите, систематизация на точките за контакт и използването на разнообразен изследователски инструментариум в съответствие с темата и съдържанието на дисертацията. Прави отлично впечатление използването на голям обем информация и демонстрирането на аналитични възможности за извеждане на подходящи изводи и обобщения чрез прилагането на сегментационен анализ, клъстерен анализ, факторен анализ, изграждане на потребителски профили на идеализирани персони, изследване на потребителските нагласи и др.

В глава трета са разгледани някои възможности за извеждане на ключови точки на контакт и изграждане на потребителската пътека при заявка за потребителски кредит в омниканална среда: проучване на целевите потребители, извеждане на ключовите точки за контакт и на потребителската пътека при заявка за потребителски кредит и тяхното оптимизиране. Предложенията на автора са обосновани, интересни и са насочени към усъвършенстване на дейността на банковите компании в специфичен контекст.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

1. Направена е изключително подходяща и модерна концептуализация на омниканалната търговия и свързаните с нея точки на контакт и потребителска пътека, като се използват най-новите теоретични постижения в това отношение.
2. Осъществена е систематизация на методите за сегментиране на пазара и за идентифициране на точките за контакт в омниканалната потребителска пътека.

3. Предложена е методика за детерминиране на ключовите точки за контакт и изграждане на потребителската пътека.
4. Като краен резултат се постига оптимизиране на потребителската пътека и точките за контакт в омниканалната среда на банковия бизнес и потребителски кредити.
5. Целта и задачите са изпълнени, което се доказва чрез потвърждаването на формулираните от докторантката хипотези.

4. Оценка на научните и научно-приложните приноси

Приносните моменти в дисертационния труд са посочени от докторантката в автореферата и са добре и подходящо формулирани. Посочените седем по-важни приносни моменти в теоретичен и практико-приложен аспект отразяват адекватно съдържанието на дисертацията. Съдържащите се в дисертацията приноси се изразяват в обогатяване, разширяване и допълване на съществуващите научни знания по изследвания проблем, както и подпомагане на банковия бизнес.

Основни теоретични приноси:

1. Въз основа на задълбочено проучване, теоретично обобщение и критичен анализ на основните литературни източници в областта потребителската пътека и точките за контакт при омниканалната търговия се обосновава необходимостта от използване на методика за тяхното изследване и оптимизиране. Доброто познаване на литературните източници и научните постижения в тази сфера, както и систематичното осмисляне на съществуващите научни постижения, позволява да се открият някои проблеми в това отношение
2. Разширяване на съществуващата в тази област теория чрез разглеждане и изясняване на спецификата на проявление на потребителската пътека и допирните точки в омниканалната среда на банковите услуги за потребителски кредити. 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 предлагане на методика за изследване ключовите точки за контакт в потребителската пътека в омниканални условия с помощта на подходящ инструментариум, което позволява да се изяснят и обосноват основните проблеми в дисертационния труд.

Основни научно-приложни приноси:

1. Извършено е комплексно и задълбочено проучване на сегментирането и профилирането на потребителите и тяхното поведение и нагласи, а също така и на точките за контакт и потребителската пътека от перспективата на банковата институция. Изследването демонстрира потенциала на докторантката да провежда самостоятелно научно изследване и правилно да интерпретира неговите резултати.
2. Направени са конкретни предложения за изграждане на оптимална потребителска пътека при заявяването на потребителски кредит чрез идентифициране на ключовите допирни точки на всеки етап от вземането на решение от страна на потребителите.

5. Оценка на публикациите по дисертацията:

Апробацията на теоретичните изводи и практическите предложения на основните идеи на дисертационния труд са представени в научни статии и доклади (3 броя, в т.ч. 2 статии и 1 доклад) в специализирани научни издания, което е напълно достатъчно за целите на защитата на дисертацията и обезпечава публичност на идеите на автора и доказва изследователската теза. По заглавия и съдържание те представляват съществени части от дисертационния труд. Части от резултатите от проведените практически изследвания и предложения от дисертацията са презентирани на научни конференции.

6. Оценка на автореферата

1. *Авторефератът* в обем от 42 страници правилно, точно и пълно отразява съдържанието на дисертацията.
2. *Справката за приносните моменти* в дисертационния труд е включена в автореферата и е добре представена от докторантката, която е посочила обективно и без преувеличения основните теоретико-приложни постижения.
3. В дисертацията и автореферата *не е констатирано плагиатство* като използваните литературни източници и информационни ресурси са коректно цитирани.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси:

Във връзка със защитата на дисертационния труд към докторантката могат да се формулират някои допълнителни бележки и въпроси в следните направления:

1. Изследователските задачи и приносните моменти в дисертацията можеше да се представят по-обобщено и синтезирано.

2. Какви конкурентни предимства осигурява оптимизирането на потребителската пътека и на точките за контакт в омниканалния бизнес на банковите институции?
3. Кои са основните фактори, които предизвикват интереса на банковия бизнес към омниканалната търговия, пътеката към покупката и допирните точки, като се има предвид, че за някои академични изследователи това са второстепенни и маловажни маркетингови проблеми?
4. Кой в реалния банков бизнес ще осъществява дейностите по изследване и оптимизиране на потребителската пътека и детерминирането на ключовите точки за контакт?
5. Какви са мястото и значението на потребителските *преживявания* при картографирането на потребителското пътешествие ?
6. По какъв начин омниканалността на бизнеса се отразява върху потребителската лоялност и ангажираност?
7. Как може да се обясни противоречието, че потребителите не харесват и не желаят да взаимодействат с чат ботове (Табл. 20-24), а банката го използва като основна точка за споделяне на информация (Табл. 30, 35)?

8. 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 оптимизирането на контактните точки на потребителската пътека в омниканална среда, считам, че дисертационният труд напълно 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 Величка Георгиева Златкова да бъде присъдена образователна и научна степен „доктор” в професионално направление 3.8. Икономика и специалност „Икономика и управление (търговия)”.

Април 2024.

Варна

Рецензент:.....

(Проф. д-р Данчо Данчев)