



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

СТ А Н О В И Щ Е

От: доц.д-р Надежда Йорданова Димова, Департамент „Икономика“, Нов български университет – София, професионално направление 3.8. „Икономика“ Научна специалност „Маркетинг“

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

Автор на дисертационния труд: **Величка Георгиева Златкова**

Тема на дисертационния труд:

**„КЛЮЧОВИ ТОЧКИ НА КОНТАКТ В ПОТРЕБИТЕЛСКАТА ПЪТЕКА ПРИ
ОМНИКАНАЛНА ТЪРГОВИЯ“**

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 794/21.03.2024г. на Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Докторантът е зачислен в редовна форма на обучение към катедра „Икономика на търговията“ при Университет за национално и световно стопанство със Заповед № 1055/28.04.2017 г.

Докторантът е положил всичките си изпити успешно и изцяло е изпълнил индивидуалния си план.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

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.

Литературата, която е посочена и цитирана от докторанта е напълно достатъчна и свидетелства за отлична научна основа, въз основа на която е структурирана самата дисертация.

В увода докторанта обосновава актуалността на избраната от него тема, представя авторската теза и произтичащите от нея хипотези, целта, методологията, както и ограниченията в дисертационния труд.

В първа глава докторантът представя същността на омниканалната търговия като нов етап в развитието на търговията. Последователно са представени концептуализацията на омниканалната търговия и точките на контакт при нея.

Във втора глава са изяснени методологическите аспекти на извеждане на ключови точки на контакт и изграждането на потребителска пътека при омниканална търговия. Последователно са анализирани базите за извеждане на ключови точки на контакт в потребителската пътека в омниканалната търговия и е използван изследователски инструментариум при извеждане на ключови точки на контакт при изграждането на потребителската пътека при омниканалната търговия.

В трета глава се извеждат ключовите точки на контакт и изграждането на потребителска пътека при заявка на потребителски кредит в омниканална среда.

Следват заключение, използвана литература и приложения.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

След като се направи обстоен анализ на посочените приноси може да се заключи, че посочените от докторанта научни приноси са добре формулирани и концептуално постигнати.

Заложената цел, 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, е напълно постигната.

Избраната методология за анализ е богата, многоаспектна, интересна и напълно в съподчиненост с изследваната проблематика.

Дори при наличието на предварително формулирани ограничения, считам, че изследването и направените изводи са адекватни и целесъобразно структурирани и представени като информация.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Докторантът посочва следните приноси на дисертационния труд, а именно:

1. Осъществен е задълбочен преглед на научните публикации в областта на омниканалната търговия, същността и идентифицирането на точките на контакт, тълкуването на потребителската пътека и моделите при нейното изграждане, въз основа на който са изведени същностните характеристики на изследваните категории.

2) Изведена е систематизация на критериите за класификация на точките на контакт и съответните видове точки на контакт с техните специфики.

3) Обосновано е концептуалното разбиране за потребителска пътека при омниканална търговия като развитие на класическата теория за етапност на поведението на потребителите при покупка с отразяване спецификата на процеса в омниканални условия, който става нелинеен, нееднопосочен и с множественост на контактите.

4) 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.

5) 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.

6) Установена е появата на ефекта „FOSO“ (First Online → Second Offline/първо онлайн → после офлайн), който е близък до т. нар. „ROPO ефект“. При „FOSO“ ефекта потребителите на първо място търсят и използват онлайн възможности за покупка, а впоследствие, при липса на такива, преминават към вариант с офлайн опции.

7) 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.

Въпреки по-обширното им представяне, считам, че научните и научно – приложните приноси са напълно постигнати и напълно ги одобрявам.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

По дисертационния труд е представен списък с три публикации, които и по количество и по качество напълно удовлетворяват националните минимални изисквания.

6. Оценка на автореферата

Представеният автореферат е изчерпателен и напълно съответства на съдържанието на дисертационния труд и е съобразен с правилата за структура и съдържание. Той представя в синтезиран вид изпълненото от докторанта научно изследване и постигнатите резултати от него.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Към докторанта имам препоръка да публикува своето изследване в монографичен труд, за да бъде достъпно изследването до по-широк кръг от читатели.

Нямам други въпроси и забележки.

8. Заключение

Представеният дисертационен труд: „**Ключови точки за контакт в потребителската пътека при омниканалната търговия**“ е със заложена интересна проблематика, която задълбочено е изследвана и притежава всички необходими качества за да бъде оценена с висока положителна оценка.

Категорично мога да заключа, че докторантът **Величка Георгиева Златкова** притежава способност за научно изследване, внедряване на теоретичните познания и терминология в научно и задълбочено изследване, способност за извеждане на изводи и препоръки, извеждане на научни и научно – приложни приноси.

Въз основа на това, предлагам на уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на докторант **Величка Георгиева Златкова** в професионално направление **3.8. „Икономика“** по научна специалност **„Икономика и управление“ (Търговия)**.

17.04.2024г.

гр.София

Подпис:

/доц.д-р Надежда Димова/