



СТ А Н О В И Щ Е

От: *доц. д-р Калоян Радостинов Димитров, УНСС, научна специалност Икономика и управление.*

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по ПН 3.8 Икономика, научна специалност „Икономика и управление (индустрия)“ в УНСС.*

Автор на дисертационния труд: *Ясен Пламенов Деянов*

Тема на дисертационния труд: *Приложение на дигиталния маркетинг в компаниите, предлагащи софтуер като услуга*

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 1032/14.04.2026 на зам.-ректора по НИД на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Индустриален бизнес“ на УНСС по докторска програма „Икономика и управление (индустрия)“ съгласно Заповед на ректора на УНСС № 824/03.04.2019 г. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 26.03.2019 г. - 26.03.2022 г. и в последствие в задочна форма до неговото отчисляване с право на защита на дисертационен труд, считано от 26.03.2026 г. в Заповед № 1058/17.04.2026 г. на ректора на УНСС.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е разработен в увод, три глави, заключение, използвана литература и приложения, представляващи обем от 219 стр. Проучени и коректно са цитирани в труда 185 литературни източника, от които над 140 на английски език, показващи значим обхват на специализираната литература. Структурирането на труда произтича от въведената в неговия Увод концептуална рамка, която се отличава с убедителна логическа последователност и осигурява солидни

предпоставки за едно качествено дисертационно изследване в неговата цялост, и която оценявам високо, а основанията са както следва:

- Много добра аргументация на актуалността и научна обосновка на избраната тема на дисертационния труд, вкл. с доказателства, че тя представлява недостатъчно разработена „изследователска ниша“ и мотивацията за нейното изследване.

- Коректно дефинирани обект и предмет на дисертационното изследване; формулирана основна изследователска теза; поставена основна изследователска цел, декомпозирана в пет ключови изследователски задачи за изпълнение; обхват от подходи и методи на изследването; информационно осигуряване; както и ограничения на изследването.

- Поставените цел и изследователски задачи са в синхрон с обекта и предмета, а съвременния инструментариум (подходи и методи) на изследване е предпоставка за доказване на изследователската теза.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

На база теоретико-методологичен и емпиричен анализ на източници и данни докторант Деянов достига до важни за дисертационното изследване научни и научно-приложни резултати, сред които откроявам следните:

- Доказва се емпирично, че бизнес резултатите в SaaS компании не са пряка функция само на технологичната наличност, а на нейното операционализиране чрез маркетингови способности.

- Установени са доказателствени факти, че дигиталните маркетингови способности (DMC) могат да бъдат критичен медиатор, който „филтрира“ влиянието на организационната среда.

Висока е оценката ми за изследователската методологията, а постиженията на автора тук са:

- Обоснован е ясен преход от глава първа (теоретичен преглед) към глава втора (методология), следвайки дедуктивна логика, която успешно интегрира класическите теории (TOE, TAM) с модерните концепции за дигитални способности (DMC) в контекста на SaaS индустрията.

- Разработен и емпирично валидиран авторов модел, който количествено обвързва технологичната/организационната готовност (TOE) и възприемането на технологиите (TAM) с дигиталните маркетингови способности (DMC) и крайните бизнес резултати (SaaS KPI).

Резултатите от изследването в дисертационния труд дават убедителни основания и доказателства за изпълнение на поставената цел и изследователски задачи; за потвърждаване на изследователска теза; за приложимостта и полезността на авторския модел и препоръките към него.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приемам формулираните от докторанта приноси в автореферата, тъй като те обективно произтичат от проведения емпиричен анализ и

представяват реално надграждане на съществуващото научно познание в областта на дигиталния маркетинг и управлението на SaaS индустрията.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Представените пет публикации обхващат важни страни на дисертацията. Една от тях е научна статия на английски език, а останалите четири са доклади от научни форуми, индексирани в международни бази данни с научна информация. Чрез публикациите се осигурява определена публичност на дисертационното изследване, а оценката ми е положителна.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът в обем от 38 страници (на български и още толкова на английски език) представя обективно и в логическа последователност основните моменти от дисертационния труд. Демонстрирано е умение за синтез на значимите страни на дисертационния труд, а оценката ми за него е също положителна.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

В дисертационния труд не откривам критични слабости и погрешни постановки, които да намалят неговото качество. Като бележка и насока за бъдещо развитие на изследователската тема, може да се препоръча тестването на разработения интегриран модел върху по-голяма и разнообразна извадка, което би повишило допълнително статистическата сила и възможности за макроикономическа генерализация на модела.

На публичната защита на дисертационния труд предлагам авторът да вземе отношение по следния въпрос:

„Предвид Вашата констатация, че дигиталните маркетингови способности (DMC) служат като медиатор между технологичната среда и бизнес резултатите, как смятате, че масовото навлизане на инструменти за автоматизация и изкуствен интелект ще промени значимостта на този медиатор?“

8. Заключение

Дисертационния труд на докторант Деянов представлява едно качествено дисертационно изследване със завършен характер и притежава научна стойност. Съдържащите се в него научно и научно-приложни резултати и приноси моменти обогатяват изследванията в нишов сектор.

С убеденост давам своята положителна оценка на представения дисертационен труд на тема *„Приложение на дигиталния маркетинг в компаниите, предлагащи софтуер като услуга“* и предлагам на Ясен Пламенов Деянов да бъде присъдена ОНС „доктор“ в ПН 3.8 Икономика, научна специалност *Икономика и управление (индустрия)*.

14.05.2026 г.
Гр. София

Подпис:
/доц. д-р Калоян Димитров/



OPINION

By: *Assoc. Prof. Kaloyan Radoslavov Dimitrov, UNWE, academic specialty Economics and Management.*

Regarding: dissertation for the award of the educational and scientific degree of "**Doctor**" in PN 3.8 Economics, scientific specialty "*Economics and Management (Industry)*" at the University of National and World Economy.

Author of the dissertation: *Yasen Plamenov Deyanov*

Thesis topic: *The Application of Digital Marketing in Software-as-a-Service Companies*

Basis for presenting the opinion: participation in the scientific jury for the defense of the dissertation pursuant to Order No. 1032/April 14, 2026, issued by the Vice Rector for Research at the University of National and World Economy.

1. Information about the doctoral candidate

The doctoral candidate pursued his studies in the doctoral program “Economics and Management (Industry)” at the Department of Industrial Business at the University of National and World Economy (UNWE), in accordance with Order No. 824 of the UNWE Rector dated April 3, 2019. The studies were conducted on a full-time basis from March 26, 2019, – March 26, 2022, and subsequently on a part-time basis until his withdrawal with the right to defend his dissertation, effective March 26, 2026, pursuant to Order No. 1058/April 17, 2026, of the Rector of UNWE.

2. General characteristics of the presented dissertation

The dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a bibliography, and appendices, totaling 219 pages. The work examines and correctly cites 185 sources, over 140 of which are in English, demonstrating a significant scope of specialized literature. The structure of the thesis stems from the conceptual framework introduced in its Introduction, which is characterized by

a convincing logical sequence and provides a solid foundation for a high-quality dissertation study as a whole, and which I highly value, for the following reasons:

- A very strong argument regarding the relevance and scientific justification of the chosen dissertation topic, including evidence that it represents an under-explored “research niche” and the rationale for studying it.

- The object and subject of the dissertation research are correctly defined; the main research thesis is formulated; the main research objective is set, broken down into five key research tasks to be carried out; the scope of research approaches and methods; information sources; as well as the limitations of the research.

- The stated objective and research tasks are consistent with the object and subject, and the contemporary research tools (approaches and methods) are a prerequisite for proving the research thesis..

3. Evaluation of the obtained scientific and applied scientific results

Based on a theoretical, methodological, and empirical analysis of sources, doctoral candidate Deyanov has arrived at scientific and applied research findings that are significant for the dissertation, among which I would highlight the following:

- It has been empirically demonstrated that business outcomes in SaaS companies are not solely a direct function of technological availability, but rather of its operationalization through marketing capabilities.

- Evidence has been found that digital marketing capabilities (DMC) can serve as a critical mediator that “filters” the influence of the organizational environment.

I highly commend the research methodology, and the author’s achievements in this regard are as follows:

- A clear transition is established from Chapter 1 (theoretical review) to Chapter 2 (methodology), following a deductive logic that successfully integrates classical theories (TOE, TAM) with modern concepts of digital capabilities (DMC) in the context of the SaaS industry.

- The author has developed and empirically validated a model that quantitatively links technological/organizational readiness (TOE) and technology acceptance (TAM) with digital marketing capabilities (DMC) and final business outcomes (SaaS KPIs).

The results of the research in the dissertation provide compelling grounds and evidence for the achievement of the stated objective and research tasks; for the confirmation of the research thesis; and for the applicability and usefulness of the author’s model and the recommendations associated with it..

4. Evaluation of scientific and applied scientific contributions

I accept the contributions outlined by the doctoral candidate in the abstract, as they objectively stem from the empirical analysis conducted and represent a

genuine advancement of existing scientific knowledge in the field of digital marketing and SaaS industry management.

5. Evaluation of publications related to the dissertation

The five publications presented cover key aspects of the dissertation. One of them is a scientific article in English, while the other four are conference papers indexed in international scientific databases. These publications ensure a certain degree of publicity for the dissertation research, and my evaluation is positive.

6. Evaluation of the abstract

The 38-page abstract (in Bulgarian and the same number of pages in English) presents the main points of the dissertation objectively and in a logical sequence. It demonstrates the ability to synthesize the significant aspects of the dissertation, and my assessment of it is also positive.

7. Critical comments, recommendations, and questions

I find no critical weaknesses or erroneous assumptions in the dissertation that would diminish its quality. As a note and guideline for the future development of the research topic, it may be recommended to test the developed integrated model on a larger and more diverse sample, which would further increase the statistical power and possibilities for macroeconomic generalization of the model.

At the public defense of the dissertation, I suggest that the author address the following question:

“ Given your observation that digital marketing capabilities (DMC) serve as a mediator between the technological environment and business outcomes, how do you think the widespread adoption of automation tools and artificial intelligence will change the significance of this mediator? ”

8. Conclusion

Ph.D. Deyanov's dissertation is a high-quality, comprehensive research study of scientific merit. The scientific and applied research findings and original contributions contained therein enrich research in this niche sector.

I confidently give my positive assessment of the presented dissertation on the topic “Application of Digital Marketing in Companies Offering Software as a Service” and propose that Yassen Plamenov Deyanov be awarded the academic degree of “Doctor” in Scientific Field 3.8 Economics, scientific specialty Economics and Management (Industry)“

14.05.2026
Sofia

Signature:
/ Assoc. Prof. Kaloyan Dimitrov, PhD /