



## **R E V I E W**

**By Prof. D.Sc. eng. Bozhodar Ivanov Hadjiev**

University of Food Technologies and Institute for Economic Research at Bulgarian Academy of Science

Field of higher education 3. Social, economic and legal sciences, 3.8. "Economics", scientific specialties: 05.02.18 "Economics and Management"; 05.02.10 "World Economy and International Economic Relations" and in the field of "Marketing" and "Applied Psychology"

**Regarding:** Thesis submitted for awarding a PhD academic degree in Marketing at the UNWE

**Grounds for providing the review:** participation in a thesis defense examining committee under Ordinance No 2884 dated 02.12.2020 issued by UNWE Research Activity Vice-rector.

**Thesis author:** **Morena Sulejman Boja**

**Thesis topic:** Consumer preferences for food products (The case of olive oil in Albania)

As a member of the Scientific Jury for the final defense of the dissertation “Consumer Preferences for Food Products (The Case of Olive Oil in Albania)” I was selected as a member of this Scientific Jury on the basis of Ordinance 2884 from 02.12.2020 of the Vice Rector in Scientific Research Activity at the University of National and World Economy. During the first meeting of the Scientific Jury that took place on 10.12.2020 it was decided that I have to prepare Review regarding the doctoral dissertation mentioned earlier.

### **1. Information about the candidate**

Morena Boja was born in the city of Durrës (Albania) in 1989. She completed her higher education at the Agricultural University of Tirana, Faculty of Economics and Agro Business. Her bachelor's degree is in the field of Economics and Agricultural Policies. She has gained also a master's degree in the field of Economics and Rural Development Policies. Morena speaks fluently Albanian, English and Italian.

Morena Boja joined the doctoral program “Marketing” the Department of Marketing and Strategic Planning (Faculty of Management and Administration at University of National and World Economy).

Morena Boya's professional background includes work in several different financial institutions. Her job positions are related to personal banking and borrower analysis. Among the academic positions held so far I will mention the work of the doctoral student as a lecturer at the Mediterranean University of Albania, Tirana (Mediterranean University of Albania, Tirana). She gave lectures in Management, Marketing, Human Resources, Ethics and Business Communication.

During her education in the doctoral program “Marketing” Morena has fulfilled all requirements and has passed all compulsory and optional exams. She has also realized all

necessary publications. On the basis of the above mentioned facts I can state that the doctoral candidate has fulfilled all requirements stated in her Individual study plan.

## **2. General characteristics of the submitted thesis**

The submitted doctoral dissertation contains 213 pages. Its structure includes a List of tables and graphs, Introduction, 3 Chapters, Conclusions, Recommendations and Bibliography. In fact this is a standard and wide spread structure for a doctoral thesis in the field of “Marketing”. The structure of the dissertation can be assessed as logical and relevant. The dissertation contains 81 tables and 20 figures inside. The Bibliography includes contains 236 paper publications and websites. The sources are written in English, Italian and Albanian. The data base of the Bibliography is huge and contains adequate titles and authors. The inspection of the bibliography proves that Morena Boja has studied all important literature recourses and previous researches and as a substantial understanding about the research background of the dissertation’s topic.

Morena Boja has also submitted a synopsis, publications connected with the topic of the dissertation and a list of scientific contributions. It means that all formal requirements are kept and a procedure for awarding a PhD academic degree can be started.

*The topic* of the dissertation can be assessed as important and focused on a not well studied area (especially in Albanian context). This topic is important because the production of olive oil has been classified as a top priority sector of the Albanian economy and the sector has been included in a number of public support mechanisms. The producers of olive oil in Albania are encouraged to take part in financial support schemes thanks to which they can invest in improving the quality of the finished product or in any other elements such as certification of origin, enhancement of the packages used, development of the commercial network and distribution channels, etc.

The research goal of the dissertation is clear and precise research goal: “This project aims to investigate consumer preferences on credence attributes such as organic and ISO certification origin, brand for olive oil in a post-communist country in transition with weak institutions and widespread consumers’ distrust on third party certification”. Logically driven on the basis of the research goal are the research tasks. There are seven of them and include the following:

1. To identify the relevant literature review to consumer preferences for food products and consumer preferences for olive oil especially.
2. To develop the methodological framework to guide the research
3. To design an effective survey that help us obtain the necessary data
4. To analyze the data collected
5. To evaluate and discuss the results produced by the data analysis
6. Conclusions and implications of this study
7. Identify the research constraints and indicate future research suggestions

The research tasks are sufficiently specific and their fulfillment gives leads to the achievement of the research goal.

*The object of research* is well-defined: those are Albanian consumers aged over 18 engaged in purchasing food, incl. olive oil, for their households.

*The subject of research* is clearly stated and it encompasses the consumer preferences of Albanians aged over 18 for foods in general and for olive oil in particular.

Both the object of research and the subject of research are clearly and precisely formulated and fit to the research goal.

In order to achieve her goals, the candidate identifies two groups of *hypotheses*. The first group includes hypotheses associated with the influence of olive oil's external attributes related to building consumer trust (product quality certification; organic product certification; product origin; the existence of a product brand) on consumer preferences for this product. The second group of hypotheses refers to the impact of consumer social-economic factors (such as age, gender, education, income) on the willingness to pay.

### **3. Assessment of the scientific and applied results achieved**

In the introduction of the dissertation Morena Boja has outlined the significance of the topic; she has defined the object and the subject of the research, as well as the main research goal and the research. The candidate has also formulated the research hypotheses to be tested in the course of the research.

In the first chapter of the dissertation Morena Boja reviews the theoretical formulations related to consumption, incl. with its evolution, as well as the concepts of the factors that influence consumer preferences. She has analyzed the basic concepts in the classical, Keynesian and neoclassical conception of consumption. The author has also commented several different theories of consumer preferences. This is a good approach because it reveals a path for further study of trends in food consumption.

I would like to express my positive attitude towards the approach by Morena Boja in this first chapter. Her approach includes presentation of the concept of the product quality (including its attributes and the relationship of this concept with consumer preferences). The other component of this approach is connected with the impact of brands on consumer preferences. The candidate has clarified important issues of the research subject from the point of view of the product quality concept as well as from the point of view of the brand's impact on consumer preferences. The author of the dissertation has cited a large number of studies, revealing the role of the brand in establishing market identity, in strengthening the resilience to the actions of competitors, in expanding margins, in ensuring better cooperation by intermediaries in distribution channels, in the ability of consumers to -successfully identify the needs that a particular brand can meet, etc. Morena Boja has taken into consideration that the rising significance of the brand as a strategic instrument in marketing and business.

This chapter of the dissertation also contains a critical analysis of previous research publications devoted to consumer preferences for olive oil. Morena Boja has discussed the changes in Albania during the last decades and their reflection on olive oil consumption. It is important to mention that there has been a change in consumer behavior and lifestyle as a result of economic growth, an increase in the quality of life, rapid urbanization and trade liberalization. According to the candidate these changes impact seriously the food market. Demand for olive oil, an important component of the Albanian diet, has been growing over the past two decades.

As a Reviewer I appreciate the contribution of the first chapter of the dissertation – it gives a good critical view towards the literature in that field, makes important comments on interrelation among main product concepts in the context of olive oil and Albanian specifics. The style of writing is academic, clear and correct.

In the logical arrangement of the first chapter, the author asks the exact questions to the research problem, makes very correct summaries of the current views of researchers in the field of consumer preferences for food, and at the same time manages to present his own opinion. The doctoral student's style is scientific, but at the same time understandable and clear.

The second chapter of the dissertation is devoted on methodological issues. Morena Boja has followed an interesting and according to my opinion successful approach. She has developed her methodological framework after analyzing important previous publications and mainly their methodological parts. The candidate has focused his research effort on the certification and labeling. She has argued that these factors are of great importance when studying consumers' preferences in the case of olive oil. Other sets of factors (attributes) that have been incorporated into the methodological framework are the demographic ones ((age, gender, education, and income), the so called credence factors (Certification, Organic, Origin, Brand, Packaging, Quality), the price, the consumers' perceptions towards the connection "olive oil consumption – human health", consumers' knowledge about food certification, etc.

The data has been collected via a structured questionnaire of type "face-to-face". The questionnaire consists of 24 questions. The sampling model is a random one and it consists of Albanian citizens living in Tirana and Durres who: (1) consume olive oil; (2) have bought olive oil in recent the months; (3) are purchasing food for their household. The sample size equals 400 respondents.

The candidate has constructed a sound methodological framework. She has taken into consideration the strengths of similar methodological frameworks published in previous publications and has improved their weaknesses. The final result is a comprehensive and relevant research methodology.

Data analysis and results interpretation are presented in the **third chapter**. The doctoral candidate has tested the "confidence building attributes" by the means of binary logistic regression, Chi-square tests, and McNemar and Kruskal-Wallis tests. Linear regression is applied in the process of testing the impact of socio-economic factors on consumers' readiness to pay for olive oil.

Finally, I can state that the conclusions of the Ph.D. candidate are scientifically proven and their importance is high for the academic community as well as for the practitioners.

Major results could be summarized as follows (not listing all results of the dissertation project):

- 1) Consumers tend to prefer cold pressed oil.
- 2) The origin of olive oil is more important for Albanian consumers compared to olive oil brand – for Albanians it is more important to buy Albanian olive oil than branded olive oil (especially if the famer is a familiar person).
- 3) Glass bottles are mostly preferred.
- 4) Most consumers do not consume certified olive oil (certified as organic).
- 5) Consumers associate price with olive oil quality, the region it comes from, the brand it has and the packaging it is sold in.
- 6) Olive oil quality is what matters most to consumers as they express their willingness to pay a higher price for higher quality.

My conclusion about the third chapter of the dissertation is that a precise work has been done in the process of data analysis and results interpretation.

#### **4. Scientific contributions – an evaluation**

When evaluation the scientific contributions of the dissertation firstly I would like to point out that obviously the presented research is valuable, one of the first (if not the first) of this kind in Albania. It is conducted competently and I can outline the following contributions:

- A thorough analysis of previous studies in the sphere of food certification and consumer preferences and especially in the context of Albanian olive oil and Albanian consumers.
- Development and testing of a methodological framework for studying consumer preferences towards olive oil in Albania.
- Analysis of Albanian consumer preferences for olive oil products. Analysis and description of factors that affect the Willingness to pay and consumer preferences for olive oil. Formulation of managerial and practical recommendations.

#### **5. Assessment of the thesis publications**

The candidate has declared 4 publications connected with the topic of the dissertation - 2 conference reports and 2 papers (published in indexed academic journals). Morena Boja has published 2 scientific reports in volumes of international scientific conferences. She has also published 2 scientific papers in indexed academic journals. I have no doubt that these publications fulfill all requirements of the University of National and World Economy

#### **6. Assessment of the synopsis**

The synopsis truly reflects the major components of the dissertation. It contains 24 pages and the volume is adequate. The content of the synopsis also is adequate to the dissertation from one side and to the requirements of the University of National and World Economy from the other.

#### **7. Critical remarks, recommendations and questions**

The topic on the one hand concerns problems related to the goals and objectives of marketing and on the other hand consumer behavior for food, which problems are extremely complex, multifaceted and related to the production, financial, accounting, marketing and commercial operation of enterprises. This complexity is growing in the modern "unified global information fabric", which is becoming an active organism with artificial intelligence, building a diverse marketing policy. Technologies in the relation "production-sales-consumer preferences for food" have been developed to the extent that people are becoming market cells for sales and consumption of increasingly diverse and of different quality food. Perhaps this complexity and multifaceted nature of the researched problem is the main reason for the certain inaccuracies admitted in the work, despite the limitations made. With a view to greater applicability of the obtained results in the real business practice I will allow myself to make the following remarks and recommendations, which are not of a nature to hinder the general positive evaluation of the dissertation:

/ 1 / There is a need for a more correct and in-depth review of contemporary authors working

on issues related to the topic. I mean, the candidate used relatively older literary sources. The most recent are several from 2010 and 2011.

/ 2 / In the future in her research work, it would be useful for the candidate to make more efforts to build on what has been achieved and to form conclusions, based on a representative study of the problem among different types of enterprises and sectors of the food industry.

## **CONCLUSION**

The submitted dissertation “Consumer Preferences for Food Products (The Case of Olive Oil in Albania)”, presented by Morena Suleiman Boja, contains significant and original scientific contributions. According to my opinion it meets the requirements of Bulgarian legislation as well as the requirements of University of National and World Economy. My evaluation of the entire dissertation is positive. That’s why my estimation is positive and I propose to the respected members of the Scientific Jury to award Morena Suleiman Boja the scientific and educational degree “Doctor of Philosophy”, scientific direction “Economy”, scientific specialty “Marketing”.

04.01.2021, Plovdiv

Prof. Bozhidar Hadjiev D.Sc.

## РЕЦЕНЗИЯ

**От: проф. д.ик.н. инж. Божидар Иванов Хаджиев**

Университет по хранителни технологии и ИИИ при БАН;

Област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, ПН: 3.8.

«Икономика», научни специалности: 05.02.18, „Икономика и управление“; 05.02.10 „Световно стопанство и международни икономически отношения“ и по компетенции „Маркетинг“ и „Приложна психология“,

**Относно:** Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност Маркетинг в УНСС

**Автор на дисертационния труд: Морена Сюлейман Боя (Morena Sulejman Boja)**

**Тема на дисертационния труд:** Потребителските предпочитания за хранителни продукти (по примера на зехтина в Албания) Consumer preferences for food products (The case of olive oil in Albania)

**Основание за представяне на рецензията:** Участие в състава на научно жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №2884/02.12.2020 г. на Зам. Ректора по НИД на УНСС. По време на първата среща на научното жури, състояла се на 11.12.2020 г., беше решено, че трябва да подготвя Рецензия върху докторската дисертация.

### 1. Информация за кандидатката

Морена Боя е родена в град Дурес (Албания) през 1989 г. Завършила е висшето си образование в Аграрния университет в Тирана, Факултет по икономика и агробизнес. Нейната бакалавърска степен е в областта на икономиката и аграрните политики. Завършила е и магистърска степен в областта на икономиката и политиките за развитие на селските райони. Морена говори свободно албански, английски и италиански.

Морена Боя през 2017г. се присъединява към докторска програма „Маркетинг“ към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ (Факултет по мениджмънт и администрация в Университета за национално и световно стопанство).

Професионалният опит на Морена Боя включва работа в няколко различни финансови институции. Работните ѝ позиции са свързани с лично банкиране и анализ на кредитополучателите. Сред заеманите досега академични длъжности ще спомена работата на докторанта като преподавател в Средиземноморския университет в Албания, Тирана (Средиземноморски университет в Албания, Тирана). Тя води лекции по мениджмънт, маркетинг, човешки ресурси, етика и бизнес комуникация. По време на обучението си в докторска програма „Маркетинг“ Морена е изпълнила всички изисквания и е

издържала задължителните и избираеми изпити. Въз основа на гореспоменатите факти мога да заявя, че докторантът е изпълнил всички изисквания от Индивидуалния учебен план.

## **2. Обща характеристика на дисертационния труд**

Докторската дисертация съдържа 213 страници. Структурата ѝ включва списък на таблици и графики, въведение, 3 глави, заключения, препоръки и библиография. Всъщност това е стандартна и широко разпространена структура за докторска дисертация в областта на „Маркетинг”. Структурата на дисертацията може да бъде оценена като логична и релевантна. Тя съдържа 81 таблици и 20 фигури. Библиографията включва 236 хартиени публикации и уебсайтове. Източниците са на английски, италиански и албански. Базата данни на Библиографията е значителна и съдържа подходящи заглавия и автори. Проверката на библиографията доказва, че Морена Боя е проучила важни литературни източници и предишни изследвания, което е база за разработване на дисертационното изследване.

Морена Боя е представила и автореферат, публикации по темата на дисертацията и списък с научни приноси. Това означава, че формалните изисквания се спазват и може да се стартира процедура за присъждане на научна степен „Доктор”.

Темата на дисертацията може да се оцени като важна и фокусирана върху недостатъчно проучена област (особено в албански контекст). Тази тема е значима, тъй като производството на зехтин е класифицирано като приоритетен сектор на албанската икономика и секторът е включен в редица механизми за държавна подкрепа. Производителите на зехтин в Албания се насърчават да участват в схеми за финансова подкрепа, благодарение на които те могат да инвестират в подобряване на качеството на крайния продукт или във всякакви други елементи като сертифициране на произхода, подобряване на опаковките, разработване на търговска мрежа и канали за разпространение и др.

Изследователската цел на дисертацията е конкретна: „Този проект има за цел да изследва предпочитанията на потребителите по отношение на атрибутите на доверието като органичен и ISO сертификат, марка на зехтина в посткомунистическа държава в преход със слаби институции и широко разпространени потребители ...“. Логически водени от изследователската цел са изследователските задачи. Те са седем и включват следното:

- да се направи критичен анализ на публикациите по проблема за потребителските предпочитания към хранителните продукти, в т.ч. към зехтина;
- да се разработи методологическа рамка, която да насочва изследването;
- да се проведе емпирично проучване, с което да се съберат необходимите данни;
- да се анализират събраните данни;
- да се обсъдят и оценят резултатите, получени от анализа на данните;
- да се формулират заключения и приложения за практиката;
- да се посочат ограниченията, в които е проведено проучването, и да се покажат възможностите за бъдещи изследвания.



Изследователските задачи са достатъчно конкретни и тяхното изпълнение води до постигане на целта на изследването. Обектът на изследване е добре дефиниран: това са албански потребители на възраст над 18 години, които купуват хранителни продукти, вкл. зехтин, за нуждите на техните домакинства. Предметът на изследването е ясно посочен и обхваща потребителските предпочитания на албанците на възраст над 18 години към храните като цяло и по специално към зехтина. Обектът на изследване и предметът на изследването са ясно и точно формулирани и отговарят на целта на изследването. За да реализира изследователската цел, кандидатката е дефинирала две групи хипотези. Първата група включва хипотези, свързани с влиянието на външните атрибути на маслиновото масло, свързани с изграждането на доверие на потребителите (сертифициране на качеството на продукта; сертифициране на органични продукти; произход на продукта; наличие на марка) върху предпочитанията на потребителите към този продукт. Втората група хипотези се отнася до въздействието на потребителските социално-икономически фактори (като възраст, пол, образование, доход) върху желанието да плащат.

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

Във въведението на дисертацията Морена Боя е очертала значението на темата, определила е обекта и предмета на изследването, както и основната изследователска цел. Кандидатката също така е формулирала изследователските хипотези, които да бъдат тествани в хода на изследването. В първата глава на дисертацията Морена Боя прави преглед на теоретичните формулировки, свързани с потреблението, вкл. с неговата еволюция, както и концепциите за факторите, които влияят на потребителските предпочитания. Тя е анализирала основните понятия в класическата, кейнсианската и неокласическата концепция за потреблението. Авторката също така е коментирала няколко различни теории за потребителските предпочитания. Това е добър подход, защото разкрива път за по-нататъшно проучване на тенденциите в консумацията на храни.

Бих искал да изразя позитивното си отношение към възприетия подход от Морена Боя в тази първа глава. Нейният подход включва представяне на концепцията за качеството на продукта (включително неговите атрибути и връзката на тази концепция с предпочитанията на потребителите). Другият компонент на този подход е свързан с въздействието на марките върху предпочитанията на потребителите. Кандидатката е изяснила важни въпроси в изследването от гледна точка на концепцията за качество на продукта, както и от гледна точка на въздействието на марката върху предпочитанията на потребителите. Докторантката е цитирала голям брой проучвания, разкриващи ролята на бранда за установяване на идентичност на пазара, за укрепване на устойчивостта спрямо действията на конкурентите, за разширяване на маржовете, за осигуряване на по-добро сътрудничество от страна на посредниците в дистрибуционните канали, за възможността потребителите по-успешно да идентифицират нуждите, които конкретен бранд може да удовлетвори, и др.

Тази глава на дисертацията съдържа също критичен анализ на предишни публикации, посветени на потребителските предпочитания към зехтина. Морена Боя дискутира промените в Албания през

последните десетилетия и отражението им върху потреблението на зехтин. Важно е да се спомене, че е налице промяна в поведението и начина на живот на потребителите в резултат на икономическия растеж, повишаването на качеството на живот, бързата урбанизация и либерализация на търговията. Според докторантката тези промени влияят сериозно на хранителния пазар. Търсенето на зехтин, важен компонент на албанската диета, нараства през последните две десетилетия.

Като рецензент оценявам приноса на първата глава на дисертацията - тя дава добър критичен поглед към литературата в тази област, прави важни коментари относно взаимовръзката между основните продуктови концепции в контекста на зехтина и албанските специфики. Стилът е академичен, ясен и прецизен.

В рамките на първа глава докторантката правилно ориентира изследването, прави коректни обобщения на актуалните възгледи на изследователите в областта на потребителските предпочитания към храните и в същото време успява да представи собственото си мнение. Изказът е научен, но в същото време разбираем и ясен.

Втората глава на дисертацията е посветена на методологически въпроси. Морена Боя е избрала интересен и според мен успешен подход. Тя е разработила своята методологична рамка след като е анализирала важни предишни публикации и главно техните методически части. Докторантката е насочила своите изследователски усилия към сертифицирането и етикетиранието. Тя твърди, че тези фактори са от голямо значение при изучаване на предпочитанията на потребителите (в случая към зехтин). Други набори от фактори (атрибути), които са включени в методологичната рамка, са демографските (възраст, пол, образование и доход), така наречените фактори на доверието (сертифициране, органичен произход, бранд, опаковка, качество), цената, възприятията на потребителите в релацията „консумация на зехтин - човешко здраве“, знанията на потребителите за сертифициране на храните и др. Данните са събрани чрез структуриран въпросник от типа „лице в лице“. Въпросникът се състои от 24 въпроса. Моделът на извадката е случаен и тя включва албански граждани, живеещи в гр. Тирана и гр. Дуръс, които: (1) консумират зехтин; (2) са купували зехтин през последните месеци; (3) пазаруват храна за домакинството си. Обемът на извадката възлиза на 400 респонденти. Може да се приеме, че докторантката е изградила правилна методологична рамка. Тя е взела предвид силните страни на подобни методологични рамки, публикувани в предишни публикации, и е подобрила някои техни слабости. Крайният резултат е изчерпателна и подходяща методология за изследване.

Анализът на данните и интерпретацията на резултатите са представени в третата глава. Кандидатката е тествала влиянието на "факторите за изграждане на доверие" върху потребителските предпочитания на базата на бинарна логистична регресия, както и чрез Chi-square, McNemar и Kruskal-Wallis. Приложена е линейна регресия при тестването на въздействието на социално-икономическите фактори върху желанието на потребителите да плащат за зехтин.

И накрая, може да се приеме, че заключенията на Морена Боя са научно доказани и значими както за академичната общност, така и за практиците. Като в тази връзка основните резултати могат да бъдат обобщени, както следва (без изброяване на всички резултати от дисертационния проект):

- 1) Потребителите предпочитат студено пресован зехтин;
- 2) Произходът на зехтина е по-важен за албанските потребители от марката зехтин - за албанците е по-важно да купуват албански зехтин, отколкото марковия зехтин (особено ако лично познават производителя);
- 3) Стъклените бутилки са най-предпочитани.
- 4) Повечето потребители не консумират сертифициран зехтин (сертифициран като органичен).
- 5) Потребителите свързват цената с качеството на зехтина, региона, в който е произведен, марката и опаковката;
- 6) Качеството на зехтина е най-важно за потребителите, тъй като те изразяват готовността си да платят по-висока цена за по-високо качество.

Предвид горепосоченото заключение ми относно третата глава на дисертацията е, че е извършена коректна работа в процеса на анализ на данните и интерпретация на резултатите.

#### **4. Оценка на научните приноси**

При оценка на научните приноси на дисертацията първо бих искал да отбележа, че представеното изследване е с висока тежест – то може би е едно от първите (ако не и първото) от този вид в Албания. Проведено е компетентно и в него могат да се очертаят следните приноси:

- Изчерпателен анализ на предходните проучвания в областта на сертифицирането на храните и предпочитанията на потребителите и особено в контекста на албанския зехтин и албанските потребители.
- Разработване и тестване на методологична рамка за изучаване на предпочитанията на потребителите към зехтина в Албания.
- Анализ на предпочитанията на албанските потребители към зехтина. Анализ и описание на фактори, които влияят върху желанието за плащане и върху предпочитанията на потребителите на зехтин. Формулиране на управленски препоръки.

#### **5. Оценка на публикациите**

Кандидатката е представила 4 публикации, които са свързани с темата на дисертацията - 2 доклада от научни конференции и 2 научни статии. Морена Боя е публикувала 2 научни доклада в томове от международни научни конференции. Освен това е публикувала 2 научни статии в индексирани академични списания. Не се съмнявам, че тези публикации отговарят на всички изисквания на Университета за национално и световно стопанство.

## 6. Оценка на автореферата

Авторефератът в голяма степен отразява достоверно дисертацията – както по отделни елементи, така и като цяло. Разработен е в обем от 24 страници. Съдържанието на автореферата е адекватно на съдържанието на дисертационния труд. Може да се каже, че авторефератът съответства на изискванията на Университета за национално и световно стопанство от другата.

## 7. Критични бележки и препоръки

Темата от една страна засяга проблеми свързани с целите и задачите на маркетинга а от друга страна засяга потребителското поведение за храни, които проблеми са изключително сложни, многоаспектни и свързани с производствената, финансовата, счетоводната, маркетинговата и търговската опция на предприятията. Тази сложност нараства в съвременната «единна световна информационна тъкан», която се превръща в действащ организъм с изкуствен интелект изграждащ разнообразна маркетингова политика. Технологиите в релацията «производство-продажби-потребителски предпочитания за храни» са развити до степен в която хората се превръщат в пазарни клетки за продажби и за консумация на все по-разнообразни и с различно качество храни. Може би тази сложност и многоаспектност на изследвания проблем е основната причина за допуснатите в работата определени неточности въпреки направените ограничения. С оглед по-голяма приложимост на получените резултати в реалната бизнес практика ще си позволя да направя следните бележки и препоръки, които не са от естество да попречат за общата положителна оценка на дисертационния труд:

/1/ Има потребност от по-коректен и задълбочен преглед на съвременни автори, работещи по въпроси свързани с темата. Имам предвид, че кандидатката е използвала сравнително по-стари литературни източници. Най-новите са няколко такива от 2010 и 2011 година.

/2/ В бъдеще в своята научно-изследователска работа, би било полезно кандидатката да положи повече усилия за надграждане на постигнатото и за формиране на изводи, на база едно представително изследване за проблема сред различни видове предприятия и сектори на хранителната индустрия.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представеният от Морена Боя дисертационен труд “Consumer Preferences for Food Products (The Case of Olive Oil in Albania) съдържа оригинални научни приноси. Според мен той отговаря на изискванията на българското законодателство, както и на изискванията на Университета за национално и световно стопанство за образователна и научна степен „доктор”. Оценката ми на дисертацията е положителна, поради което предлагам на уважаваните членове на научното жури да **присъдят на Морена Сюлейман Боя научната образователната и научна степен „Доктор“ в професионално направление „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“.**

04.01.2021

Пловдив

Подпис: .....

/проф.д.ик.н. Б. Хаджиев/