

СТАНОВИЩЕ

Относно дисертационен труд на тема **„Потребителски предпочитания за хранителни продукти (по примера на зехтина в Албания)“**, за присъждане на образователна и научна степен **„Доктор“** по професионално направление **3.8. „Икономика“**, научна специалност **„Маркетинг“**

Докторант: Морена Сулейман Боя, Университет за национално и световно стопанство

Научен ръководител: Проф. д-р Христо Иванов Катранджиев

Автор на становището: Доц. д-р Кристиян Шнорк Постаджиян, Нов български университет

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд е в обем от 213 страници и е структуриран в увод, изложение от три глави, заключение, препоръки, приложение – въпросник от проведеното изследване и значителен по обем списък с използвана литература. Където е необходимо, текстът е онагледен с таблици, фигури и графики.

Темата на дисертацията безспорно е актуална и значима, както от научна, така и от приложна гледна точка. Това е така, тъй като от една страна Албания е държава, в която тепърва се засилва ролята и значението на маркетинговите инструменти, а това неминуемо е свързано с по-добро изследване и познаване на потребителските навици и предпочитания. От друга страна изследването се фокусира

върху бързооборотен продукт във висококонкурентна среда, което предполага системни маркетингови усилия от страна на компаниите, опериращи в този сектор. Всичко това обуславя необходимостта от подобен тип изследвания и прави дисертационния труд значим и приносен.

Стилът, както на дисертационния труд, така и на автореферата, е съобразен с изискванията за подобен тип научни текстове, показва компетенцията на докторанта и неговите изследователски търсения.

Публикациите към труда – общо четири на брой, имат пряко отношение към разискваните проблеми и демонстрират идеи, които са развити и отразени в работата на докторанта.

Ясно са разписани изследователските цели и задачи, предмет и обект на изследването, използваната изследователска методология, както и конкретните хипотези, които ще се изследват от докторанта.

Първа глава прави литературен обзор на материали по темата и предходни проучвания. Втора глава е посветена на разработване на методология на изследването с необходимия инструментариум. В трета глава докторантът извежда резултати от изследването, а на тяхна база прави и конкретен анализ и извежда препоръки. Тук бих искал да акцентирам, че препоръките са адресирани към компаниите, опериращи в този сектор, с което се подчертава приложния характер на дисертационния труд.

На база на тази структура мога да направя извод, че работата на докторанта Морена Боя следва логична и последователна структура, в рамките на която ясно се очертава основната тема на изследване, актуалността ѝ и конкретните тези, които се представят и защитават. Използваният подход от общото към конкретното, от теория към анализ и осмисляне в практически измерения дава пълноценен обхват на изследването.

II. ОЦЕНКА НА НАУЧНО-ПРИЛОЖНИТЕ ПРИНОСИ

Намирам описаните в автореферата на Морена Боя приноси на дисертационния труд за изпълнени и коректно формулирани. Бих отличил извеждането на конкретни препоръки към бизнеса в третата част на работата като съществен принос от приложна гледна точка. Базиран на проведеното изследване, те представляват системни, логични и аргументирани насоки за по-ефективен маркетинг от страна на компаниите в този сектор.

III. КРИТИЧНИ БЕЛЕЖКИ, ПРЕПОРЪКИ, ВЪПРОСИ

Бележките и препоръките към докторанта могат да бъдат сведени до следното:

- В ограниченията, посочени в работата на докторанта е посочено, че изследването е осъществено в два града – Тирана и Драч. Би било добре да се изведе статистика каква част от консумацията на зехтин в страната се реализира в тези два града и каква част от общата консумация – извън тях, в останалите населени места. Така резултатите от изследването биха били защитени като релевантни спрямо цялата държава, която е посочена като обхват на темата в нейното заглавие. Това, разбира се, е дребен детайл и по никакъв начин не омаловажава нито изследването, нито резултатите от него и съответните научно-приложни приноси, още повече на стр. 97 от дисертационния труд са посочени достатъчно аргументи в полза на избора на тези два града.

Въпрос:

- Многократно се подчертава изводът, че албанските потребители не отдават голямо значение на бранда зехтин, за сметка на страната на произход. Как докторантът си обяснява слабата роля на бранда? Съществуват ли кампании на зехтин в Албания, които са фокусирани върху изграждане на бранд? Ако досега такива кампании в тази продуктова категория не са правени, то съществува ли възможност първата компания, която го направи успешно, да изгради силен бранд и да трансформира потребителските предпочитания? Как това ще се отрази на влиянието на страната на произход? Това, разбира се, са само хипотези, но би било любопитно да се представи гледната точка на докторанта по тях.

IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисертационният труд е в завършен вид, отговаря на изискванията за подобен научен труд и съдържа необходимата изследователска част и изводи.

По тази причина давам **положителна** оценка за дисертационния труд на Морена Сулейман Боя, кандидатстваща за научната и образователната степен „доктор“ в научна област 3.8 „Икономика“, научна специалност 05.02.26 „Маркетинг“.

7 януари 2021 г.

Изготвил становището:

(доц. д-р Кристиян Постаджиян)



SCIENTIFIC STATEMENT

About dissertation work on topic „**Consumer Preferences for Food Products (The Case of Olive Oil in Albania)**“, for maintaining the educational and scientific degree "Doctor" in the scientific specialty 3.8. Economics, Marketing

PhD student: Morena Sulejman Boja, University of National and World Economy

Supervisor: Professor Hristo Katrandjiev, PhD

Author of the scientific statement: Associate Professor Kristiyan Postadzhiyan, PhD

I. GENERAL CHARACTERISTICS OF PHD THESIS

The dissertation includes 213 pages structured in an introduction, three chapters, a conclusion, recommendations, an appendix - a questionnaire from the research and a significant list of bibliography. Where necessary, the text is illustrated with tables, figures and graphs.

The topic of the dissertation is undoubtedly relevant and significant, both from a scientific and applied point of view. On one hand, Albania is a country where the role and importance of marketing tools is still being strengthened, and this is inevitably linked to better research and knowledge of consumer habits and preferences. On the other hand, the research focuses on a fast-moving consumer good in a highly competitive environment, which implies systematic marketing efforts by companies

operating in this sector. All this determines the need for this type of research and makes the dissertation significant and with contribution.

The style of both the dissertation and the abstract is in line with the requirements for this type of scientific texts, and reveals the competence of the PhD student and her research needs.

The publications based on the work - a total of 4 publications, are directly related to the issues discussed and are demonstrating the ideas that have been developed and reflected in the work of the PhD student.

The research goals and tasks, subject and object of the research, the used research methodology, as well as the specific hypotheses that will be studied by the PhD student are clearly described.

The first chapter provides a literature review of materials on the topic and previous studies. The second chapter is devoted to the development of research methodology with the necessary tools. In the third chapter the PhD student presents the results of the research, and on that basis she makes a specific analysis and makes recommendations. Here I would like to emphasize that the recommendations are addressed to the companies operating in this sector, which emphasizes the applied nature of the dissertation.

Based on this structure, I can conclude that the work of the PhD student Morena Boja follows a logical and consistent structure, within which the main topic of research, its relevance and the specific ideas that are presented and defended are clearly outlined. The approach used by Morena Boja: from the general to the specific areas of research, from theory to analysis in practical dimensions, gives a full scope of the research.

II. EVALUATION OF THE OBTAINED SCIENTIFIC AND SCIENTIFIC-APPLIED RESULTS

I find the contributions of the dissertation work described in Morena Boja's abstract to be fulfilled and correctly formulated. I would like to

highlight the presentation of specific recommendations to the business in the third part of the work as a significant contribution from an applied point of view. Based on the research, they represent systematic, logical and reasoned guidelines for more effective marketing by the companies in this sector.

I. GENERAL CHARACTERISTICS OF PHD THESIS

III. CRITICAL REMARKS, RECOMMENDATIONS AND QUESTIONS

The remarks and recommendations to the PhD student can be reduced to the following:

- The limitations described in the dissertation state that the research was conducted in two cities - Tirana and Durrës. It would be good to derive statistics on what part of the consumption of olive oil in the country is realized in these two cities and what part of the total consumption - outside them, in other settlements. Thus, the results of the study would be applied as relevant to the whole country, which is indicated as a scope of the topic in its title. This, of course, is a small detail and in no way belittles either the research or its results and the relevant scientific and applied contributions, moreover, there are enough arguments in favor of the choice of these two cities on page 97 of the dissertation.

Question:

- The conclusion that Albanian consumers do not pay significant importance to the olive oil brand, on account of the country of origin, has been repeatedly emphasized. How does the PhD student explain the weak role of the brand? Are there olive oil campaigns in Albania that focus on brand building? If such

campaigns in this product category have not been developed so far, is there a possibility for the first company to do so successfully to build a strong brand and transform the consumer preferences? How will this affect the influence of the country of origin? These, of course, are only hypotheses, but it would be interesting to present the PhD student's point of view on them.

IV. CONCLUSION

The dissertation is completed and follows the requirements for such scientific work, containing the necessary research and conclusions.

For this reason, I give a **positive** assessment of the dissertation of Morena Sulejman Boja, applying for educational and scientific degree "Doctor" in the scientific specialty 3.8. Economics, Marketing.

7 January 2021

(Associate Professor Kristiyan Postadzhiyan, PhD)

