



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

СТ А Н О В И Щ Е

От: *доц. д-р Татяна Нейчева Нецева-Порчева*
Университет за национално и световно стопанство
Научна специалност „Маркетинг“

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

Автор на дисертационния труд: *Теодора Маринова Чанева-Павлова*
Тема на дисертационния труд: ***Оценка на качеството на дигитални маркетингови услуги за бизнес потребители***

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 3023 от 8.11.2022 г. на Зам.-ректора по научноизследователска дейност и международно сътрудничество на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Теодора Чанева-Павлова се е обучавала по докторска програма към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране, факултет „Управление и администрация“ на УНСС по научна специалност „Маркетинг“, съгласно Заповед на Ректора на УНСС № 1056/12.05.2016 г. Обучението е осъществено в задочна форма през периода 19.04.2016 г. – 01.11.2022 г. и е финансирано от държавата.

Средното си образование Теодора Чанева-Павлова завършва във Втора испанска гимназия “Сесар Вайехо” през 2008 г. През 2012 г. придобива ОКС „Бакалавър“, специалност „Маркетинг“ в УНСС, а през 2013 г. - ОКС „Магистър“, специалност „Международни икономически

отношения” със специализация „Международен бизнес” в същия университет.

Теодора Чанева-Павлова има богат професионален опит. Периода 2008 – 2011 г. е преподавател по английски и испански език в 11 ОУ „Свети Пимен Зографски”, София. От 2011 г. до момента последователно заема позициите: младши експерт „Развитие на пазара“, отдел „Маркетинг и продажби“, „Овергаз Инк.“ АД; експерт „Проучване на пазара“, отдел „Маркетинг“, „Овергаз Мрежи“ АД и експерт „Корпоративни клиенти“, отдел „Продажби на корпоративни клиенти“, „Овергаз Мрежи“ АД. Именно работата на Теодора Чанева като експерт „Корпоративни клиенти“ в „Овергаз Мрежи“ АД, е една от причините да избере тема за дисертационния си труд, свързана с B2B маркетинга.

Дисертантката участва в редица международни и университетски проекти:

- Част е от екипа на Изпълнителя на Предпроектното проучване за бъдещата реверсивна междусистемна връзка (интерконектор) „България-Сърбия”, в частта „Проучване, доклад и анализ на потенциалния търговски интерес”, съфинансиран, контролиран и приет от Европейската комисия – 2012/2013 г.

- Участва в международен проект „Коменски” – 2008/2009 г., осъществен между България, Франция и Испания, където отговаря за осъществяването на превод между трите страни и следенето на нужната документация.

- Участва в изследване на Научно изследователския център по маркетинг към УНСС „УНСС и неговата среда: конкуренти, работодатели и професионална реализация на възпитаниците“, с ръководител проф. д-р Галина Младенова – 2016 г., където приносът ѝ е в провеждането на дълбочинни интервюта сред работодателите относно равнището на обучението в УНСС, и в провеждането на анкети за професионалната реализация на възпитаниците на УНСС.

- Част е от екипа на Научно изследване „Профилиране на фирмите, опериращи в България, според възприетите ценови стратегии“ по договор № НИД НИ-16/2017, на който съм ръководител, и в който участва с провеждането на дълбочинни интервюта.

Теодора Чанева-Павлова притежава сертификати за владееене на испански език, ниво B2; английски, ниво B2 и руски език, ниво A1.

Дисертантката е изкарала допълнителни квалификации и курсове и има сертификат за организиране на кампании за B2B директни продажби, издаден от SBC – 2016 г. и сертификат за работа с Google Ads, издаден от SoftUni Digital – 2020.

Като докторант към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС, въпреки че е задочна форма на обучение, дисертантката е взимала активно участие в катедрените мероприятия.

Представените биографични данни свидетелстват, че дисертантката е високо образована личност, с професионален опит, свързан с темата на дисертационния труд, с завидно за годините си участие в научно-изследователски и практически проекти, с богата чуждоезикова култура, човек, който непрекъснато се развива и усъвършенства като професионалист и на който може да се разчита.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

2.1. Структура и обем

Дисертационният труд е в обем от 185 стр. и включва въведение, три глави, заключение, използвана литература и приложения. В дисертацията са използвани 29 таблици, 38 фигури и 20 приложения. Разработката се характеризира с добро структуриране и логическа последователност на разглежданите въпроси.

2.2. Оценка за: актуалност на темата; целта; задачите; обекта; предмета; основната теза на дисертационния труд и използвана научна литература

Темата на дисертацията е **актуална** поради нарастващата роля на дигиталните услуги в съвременния свят.

Значимостта и сложността на разработката произтичат от преплитането в нея на няколко проблемни области. При оценката на качеството, от една страна трябва да се отчита това, че става дума за услуги, а не за материални продукти, от втора да се вземат предвид спецификите на дигиталните маркетингови услуги и от трета, че дигиталните маркетингови услуги са предназначени за бизнес потребители.

В увода на разработката точно и ясно са формулирани целта, задачите, обекта и предмета на изследване.

Целта на разработката е „да се оцени качеството на предоставяните дигитални маркетингови услуги чрез изследване нивото на удовлетвореност на бизнес потребителите.“

Изследователските задачи са подчинени на поставената цел и логически и последователно водят до нейното изпълнение.

Обект на изследване са услуги, предоставяни от агенции за дигитален маркетинг на бизнес потребители, а **предмет** на изследване е

качеството на дигиталните маркетингови услуги, предназначени за бизнес потребители.

В съответствие с целта, задачите, обекта и предмета на разработката са дефинирани **основната теза** и свързаните с нея **пет работни хипотези**.

Основната теза и опорните хипотези предопределят практико-приложния характер на дисертационния труд.

2.3. Използвана научна литература

Приложеният списък на статии, доклади, монографии, учебни помагала, интернет страници и други публикации включва общо 168 заглавия, които свидетелстват за богатата и всеобхватна осведоменост на дисертантката по темата на дисертацията.

3. Използвана методология

В дисертационния труд е използвана двуфазна изследователска програма – първо е проведено качествено изследване, а на базата на отговорите от него, е разработен инструмент за провеждане на количествено изследване. Основният метод за събиране на данни за качествено изследване е дълбочинно интервю, а за количественото изследване – онлайн анкета. Статистическата обработка на данните е извършена с помощта на програмата IBM SPSS Statistics 24. Използваните методи за статистическа обработка на данни са дескриптивна статистика, проверка на статистически хипотези, анализи за проверка на приложение на факторен анализ, факторен анализ и корелационен анализ.

Използваните методи за събиране на данни и за статистическата обработка на данните са подходящо подбрани за постигане на целта и изследователските задачи на дисертационния труд.

4. Оценка на съдържанието на дисертационния труд

Първа глава има теоретичен характер. В нея задълбочено е разкрита същността и спецификата на дигиталните маркетингови услуги. В сравнителен аспект са разгледани пазарите на B2C и B2B услугите, като са открити различията и особеностите им, които ги обуславят. Двустранно е анализирана е взаимовръзката между потребителска удовлетвореност и качество на услугите. Професионално и критично са представени различните модели за оценка на качеството на услугите – същност, предимства, недостатъци и приложимост. Извършен е преглед на предходните изследвания, касаещи разглежданата проблематика. За всяко едно от изследванията са посочени име на изследователя, година на

провеждане, поставени цели, използвана методология и резултати, което свидетелства за академичен подход на работа на дисертантката.

Втора глава е посветена на методологията на изследването. Разработен е концептуален модел за оценка качеството на B2B услугите в сферата на дигиталния маркетинг. Направена е обосновка на необходимостта от двуфазна изследователска програма. Обосновани са методите, използвани за събиране на данни за всяка от фазите на изследователския процес. Разработени са ръководство за събиране на данни за качествено изследване и инструмент за провеждане на количественото изследване.

Най-силната част в дисертационния труд е **трета глава**. В нея са представени резултатите от двете изследвания. За проверка на формулираните изследователски хипотези професионално са приложени предварително посочени статистически методи с необходимата обосновка за използването им. Следва да се отбележи умелата симбиоза между използване на събрани данни от различни въпроси, статистическата им обработка и „майсторски“ направената им статистическата и маркетингова интерпретация. Това свидетелства за високата научна култура на дисертантката.

Дисертационният труд завършва с разработването на Инструмент за оценка качеството на предоставяните B2B услуги в сферата на дигиталния маркетинг, който е оптимизиран вариант на въпросника, използван в количественото изследване. За оптимизирането на въпросника е използван отново завиден статистически инструментариум. За да се илюстрира как работи създаденият нов инструмент, той е тестван с отговорите на хипотетична компания „Г“, а резултатите са представени в дисертационния труд.

Разработеният от Теодора Чанева-Павлова дисертационен труд е самостоятелно научно изследване, което показва, че дисертантката добре познава (1) спецификата на дигиталните маркетингови услуги, (2) особеностите на бизнес пазарите и (3) теорията в областта на качеството на услугите – три проблемни области, които тя умело съчетава, използва за разработването на методология на конкретно научно изследване и на базата на резултатите от него разработва инструментариум чрез който може да бъде измервана удовлетвореността на компаниите от доставчика на дигитални маркетингови услуги.

5. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Дисертантката формулира четири научни приноса:

- Разработката е една от първите, посветени на оценката качеството на дигитални маркетингови услуги за бизнес потребители, изведена въз основа взаимовръзката качество-удовлетвореност от услугите.
- Разработена и апробирана е изследователска програма за оценка качеството на дигитални маркетингови услуги за бизнес потребители.
- Изследван е пазарът на дигитални маркетингови услуги и са изведени факторите, които в най-висока степен влияят върху удовлетвореността на бизнес потребителите на дигитални маркетингови услуги.
- Разработен е инструментариум чрез който може да бъде измервана удовлетвореността на компаниите от доставчика на B2B дигитални маркетингови услуги.

И четирите приноса приемам за реални и обосновани.

Посочените в автореферата приноси съответстват на съдържанието на дисертационния труд.

6. Оценка на публикациите по дисертацията

Теодора Чанева-Павлова има три публикации, свързани с темата на дисертационния труд – една статия, в списание, индексирано във вторична база данни и два доклада от участия в научни конференции в страната с международно участие.

7. Оценка на автореферата

Авторефератът върху темата на дисертацията е в обем от 40 страници, съдържащи всички необходими реквизити и изисквания за разработването му. Той пълно и достоверно възпроизвежда в обобщен вид структурата, съдържанието и приносните моменти на дисертационния труд.

8. Критични бележки, препоръки и въпроси

Като научен ръководител на дисертантката нямам препоръки и въпроси. Своите напътствия и указания съм дала в процеса на разработване на дисертационния труд.

9. Заключение

Въз основа на методологическите и научно-приложните приноси в дисертационния труд, и в съответствие с приетите критерии за присъждане на образователната и научна степен „доктор“, изразявам своето ясно и категорично становище да бъде присъдена на Теодора Маринова Чанева-Павлова образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност „Маркетинг“.

1.12.2022 г.
гр. София

Подпис:
/доц. д-р Татяна Нецева-Порчева/