



СТ А Н О В И Щ Е

От: **доц. д-р Теофана Валентинова Димитрова**

Научна специалност: Маркетинг

Пловдивски университет „П. Хилендарски“, ръководител на катедра „Маркетинг и международни икономически отношения“.

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по професионално направление 3.8 Икономика, 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 като външен член по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 3023/08.11.2022 г. на Зам.-ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Докторант Теодора Чанева-Павлова е обучавана по докторска програма към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ при 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 в периода 19.04.2016 – 01.11.2022 г.

Чанева-Павлова има магистърска степен по „Международни икономически отношения“ и бакалавърска степен по „Маркетинг“, придобити в УНСС.

Придобитите задълбочени знания по време на обучението, както и натрупаният ценен професионален опит на докторанта (посредством заемането на работни позиции като Младши експерт в отдел „Маркетинг и продажби“, Експерт „Маркетинг“, Експерт „Корпоративни клиенти“) са благоприятствали разработването на дисертационния труд.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният ми за становище дисертационен труд е с общ обем от 185 страници, от които: въведение (6 стр.), три глави (138 стр.), заключение (1 стр.), използвана литература (12 стр.) и приложения (24 стр.). Съдържанието на основния текст е онагледено с 29 таблици и 38 фигури. Използвани са 168 литературни източника на два езика (български и английски), в т.ч. 23 на кирилица и 145 на латиница.

Темата на дисертацията представлява интерес както за теорията, така и за практиката на дигиталния маркетинг. Това, което я отличава от предходни разработки

е акцентът върху качеството на дигиталните маркетингови услуги (ДМУ). Безспорната актуалност на тематиката произтича и от липсата на научни изследвания върху дигиталните „бизнес-към-бизнес“ (B2B) услуги в нашата страна.

Целта и задачите са прецизно формулирани.

Изведената основна теза и пет опорни хипотези на изследването предопределят теоретико-методологичния и практико-приложния характер на дисертационния труд.

Оценяването на качеството на предоставяните дигитални маркетингови услуги се извършва посредством провеждане на изследване на удовлетвореността от използваните ДМУ сред бизнес потребители. За целта съвсем удачно е използвана двуфазна изследователска програма, включваща качествени и количествени методи за набиране на данните.

Приложените статистически методи в емпиричния анализ са адекватни на характера на изучаваните променливи.

Изброеното обосновава мнението ми, че дисертацията е *много добре структурирана, актуална и значима в тематично отношение.*

Оценявам положително аргументирания *избор на обект и предмет на изследване* и приемам, че *изследователската цел* е постигната.

Поставените *задачи* са изпълнени, а формулираната *основна теза* е доказана.

Докторантът отлично познава актуалното състояние на проблема, а *литературните източници* са коректно използвани.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

От изложението на разработката е видно, че авторът умее да интерпретира, систематизира и анализира наличната литература по темата на дисертацията. В този смисъл са дискутирани същността и спецификата на услугите; различията между дигиталните маркетингови услуги и услугите, които не се базират на цифровизация; особеностите на B2B услугите; взаимовръзката между потребителска удовлетвореност и качество на услугата; някои от по-известните модели за оценка на качеството на B2B услугите (първа глава).

Възприетият методологически подход (втора глава) осигурява постигането на поставените цел и задачи в дисертацията.

Получените резултати от качествено и количествено изследване позволяват да бъдат направени обобщени изводи за качеството на B2B услугите в сферата на дигиталния маркетинг. Разработен е авторов инструмент за оценка удовлетвореността на бизнес клиентите от агенцията доставчик на дигитални маркетингови услуги (трета глава).

Дисертацията *предоставя ценен практически ориентир* при вземането на управленски решения във връзка с повишаването на качеството на B2B услугите в условия на постоянно развиваща се дигитална среда и е *отправна база за бъдещи проучвания* върху дигиталните услуги в съвремието ни.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Запознаването с дисертацията създава у мен убеждението, че в нея са налице достатъчно доказателства за наличието на научно-приложни резултати.

Приемам формулираните от докторанта научни и научно-приложни приноси, като четвъртият от тях оценявам като *оригинален принос* в българската наука и практика.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

По темата на дисертацията са обявени три броя самостоятелни публикации – 1 статия в списание, което е вписано в Националния референтен списък на съвременни български научни издания с научно рецензиране (на НАЦИД) и 2 доклада, представени на международна и национална конференции.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът съдържа всички необходими реквизити, разработен е коректно и в достатъчна степен отразява структурата, съдържанието и приносните моменти на дисертационния труд.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Нямам съществени критични бележки към дисертационния труд. Бих препоръчала на автора да популяризира резултатите от проучвателния факторен анализ (EFA), придружен от провеждането на потвърждаващ факторен анализ (CFA) във връзка с разработения инструмент за оценка на качеството на дигиталните B2B услуги, в световно известни бази данни с научна информация Scopus и Web of Science.

8. Заключение

Предоставената дисертация представлява оригинално, самостоятелно и задълбочено научно изследване на актуален и значим проблем. Тя съдържа ясно открити теоретико-методологически и практико-приложни приноси и отговаря на изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за прилагането му и вътрешните нормативни документи на УНСС.

Затова убедено давам **положителна оценка** на разработения дисертационен труд и препоръчвам на уважаемите членове на Научното жури **да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Теодора Маринова Чанева-Павлова** в област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 Икономика, научна специалност „Маркетинг“.

09.12.22 г.
Пловдив

Подпис:
/доц. д-р Теофана Димитрова/