

СТАНОВИЩЕ

от

Иван Руменов Бянов, доц. д-р по икономика

Великотърновски университет “Св. Св. Кирил и Методий“

**относно дисертационен труд за присъждане на научна степен „доктор
на науките“**

Професионално направление 3.8. Икономика

Автор: д-р Хонората Барбара Хованиец

Тема: Новите потребителски групи, формирани в резултат на промени
в потребителското поведение в новата бизнес среда

1. Обща характеристика, актуалност и структура на изследването

Настоящото становище е изготвено въз основа на дисертационния труд „**New consumer groups as a result of changes in consumer behaviour in the new business environment**“ и представения автореферат към него. Дисертационният труд е с обем от 264 страници и се състои от увод, изложение в четири глави, заключение, списък с използвана литература и приложение (12 страници). Съдържанието на всяка глава е разделено на отделни параграфи. Основният текст съдържа 16 таблици и 57 фигури. Библиографията обхваща 556 позиции на полски и английски език.

Дисертационният труд е с отчетливо **теоретико-емпиричен характер**, насочен към изследване на измененията в потребителското поведение, породени от технологично развитие, дигитализация и устойчивост, и към **идентифициране на нови потребителски групи** с хомогенни модели на пазарно поведение.

2. Методологическа рамка и научна валидност на резултатите

Актуалността на темата произтича от ускорената трансформация на пазарната среда чрез цифрови технологии, разширяване на онлайн каналите и нарастваща значимост на корпоративната социална отговорност и устойчивото потребление, което налага нови подходи към сегментацията и управлението на взаимоотношенията с клиенти.

Формулирани са ясно **изследователски проблем, обект** (процеси на вземане на решения от потребителите) и **предмет** (индивидуални потребители без

ограничение до конкретен продукт/сектор), както и **основна цел** – да се идентифицират измененията в потребителското поведение и да се обособят нови групи потребители, както и характеристиките, които ги детерминират.

Емпиричната проверка е организирана чрез количествено изследване (CAWI), проведено в периода **март–септември 2022 г.**, с **352 валидни наблюдения**, обработени със **SPSS 27** и набор от адекватни статистически процедури (вкл. факторен анализ, тестове за различия, непараметрични тестове).

Хипотетичната рамка е логично изградена:

- **H1:** налични са различия в потребителското поведение, позволяващи диференциране на няколко групи със сходно поведение;
- **H2:** демографските характеристики детерминират поведението (с подхипотези по пол, възраст, образование, местоживеене, доход, професионален статус).

В методологичен аспект следва да се отчете коректното валидиране на факторния модел (напр. **KMO=0.89**, значим Bartlett тест), както и аргументацията за избор на четирифакторно решение.

3. Оценка на резултатите и приносите (характер на приносите)

3.1. Приноси с характер на новост за науката (нови подходи/рамки/методи)

В дисертацията е заявена и аргументирана амбиция за **нова теоретична рамка** на потребителското поведение в съвременни условия, чрез интегриране на технологични фактори, устойчивост и социална отговорност в интерпретацията на потребителските решения.

Като научна новост следва да се отчете:

- **концептуалното обвързване** на устойчивост, масова персонализация и онлайн среда като системни детерминанти на поведението, надграждащи класическите модели;
- **операционализиране на „стойност“ и „създаване на стойност“** като ключови елементи на предлагането, разгърнати в обяснителен механизъм за „добавена стойност“ отвъд традиционните параметри качество/цена.

3.2. Приноси с характер на обогатяване на съществуващи знания

Емпиричната част обогатява знанието чрез:

- извеждане на **четири факторни измерения** на промените в потребителското поведение (чувствителност към КСО, очаквания за онлайн канал, чувствителност към имидж, очаквания за качество) и емпиричното им обосноваване;
- структурирано представяне на резултати по подхипотезите на H2, включително случаи на частично потвърждение (напр. по образование и професионален статус) и случаи на липса на статистически значими зависимости.

3.3. Приноси с характер на приложение на научни постижения в практиката и икономически ефект

Практическата приложимост е ясно формулирана: разработеният инструментариум (въпросник) и сегментационният подход могат да се използват от предприятия за адаптиране на маркетингови стратегии, дизайн на оферти, канали за продажба и комуникация, както и за адресиране на очакванията за устойчивост и прозрачност.

По отношение на „реализиран икономически ефект“ следва да се подходи методологично прецизно: в дисертацията са представени **аргументи за потенциален ефект** (повишена ефективност на маркетинговите дейности, по-прецизно таргетиране и конкурентоспособност чрез нови критерии за сегментация), но **не е представена отделна емпирична оценка** на реално настъпил икономически резултат (напр. измерен ръст на приходи/марж в конкретни компании след внедряване). Следователно приносът е най-коректно да се квалифицира като **приложна насоченост с обоснован потенциал за икономически ефект**, а не като доказан реализиран ефект.

4. Критични оценки, забележки и препоръки (и влияние върху резултатите)

1. **Представителност и структура на извадката.** Извадката е формирана като convenience sampling и е с преобладаващи млади респонденти (значителен дял до 25 г.), както и специфична национална рамка (Полша). Това ограничава външната валидност и генерализацията към други страни/възрастови структури. Влиянието е **съществено** по отношение на обобщенията, но **не**

компрометираща вътрешната логика на изведените фактори и групи в рамките на изследваната популация.

2. **Декларативен характер на данните.** Изследването работи с декларирани нагласи/поведение, без да разкрива причините за тях (липса на дълбочинни/качествени процедури). Това ограничава причинно-обяснителните изводи и оставя част от механизма на формиране на нагласите неизследван. Влиянието е **умерено** – за целите на сегментация и описателна типология подходът е достатъчен, но за тестване на поведенчески механизми е необходима допълнителна методология.

3. **Факторният модел и обяснената дисперсия.** Четирифакторното решение е аргументирано на база теоретичен избор при съответните критерии; обяснената вариация (41%) е приемлива за социални изследвания, но предполага възможност за допълнителни латентни измерения. Влиянието е **ограничено**: моделът е функционален за практическа сегментация, но може да се разшири/валидира чрез CFA (конфирматорен факторен анализ) и крос-валидация в независима извадка.

4. **Препоръка за бъдещо развитие.** Методологично целесъобразно е: (а) включване на междудържавни сравнения; (б) комбиниране на анкета с поведенчески данни (онлайн следи/покупки) или експериментални дизайни; (в) оценка на икономическия ефект чрез пилотно внедряване на предложената сегментация в компании и измерване на KPI. Тези препоръки биха повишили доказателствената сила на приложните изводи, без да поставят под съмнение основните научни резултати.

5. Заключение

Дисертационният труд представлява цялостно и методологично аргументирано изследване с ясно дефиниран проблем, последователна хипотетична рамка и релевантен аналитичен инструментариум. Изведените резултати и приносите имат:

- характер на **научна новост** чрез концептуално разширяване на рамките за анализ на потребителското поведение в новата бизнес среда;

- характер на **обогаляване на знанието** чрез емпирично обоснована типология и факторна структура;
- характер на **приложна значимост** с обоснован потенциал за икономически ефект, доколкото резултатите подпомагат маркетингови решения и сегментация.

Критичните бележки (представителност, декларативност, необходимост от допълнителна валидираща методология) имат ограничително действие върху степента на генерализация и причинно-обяснителните изводи, но **не редуцират** съществено научната стойност на получените резултати и приноси в рамките на дисертационния труд.

Еднозначно заключение: На основание представените резултати, приноси и цялостни качества на дисертационния труд, **подкрепям присъждането** на научната степен „**доктор на науките**“ на автора на дисертационния труд.