

РЕЦЕНЗИЯ

От проф. д-р Иван Йочев Боевски, Нов български университет, 3.8. Икономика, на дисертационен труд на Севим Асимова Танева, за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата (Семиотика)

Севим Танева е разработила докторска дисертация на тема „Пазарни предизвикателства пред тютюневата индустрия. Интегриран изследователски анализ с фокус върху семиотичните методи“. Разработката е на английски език, с обем 310 стандартни машинописни страници, с обхват: три части, увод, заключение, библиография и четири приложения.

За решаването на маркетингови въпроси и казуси, аналитичната интеграция на информацията, водеща до по-задълбочени и точни анализи, придобива все по-голяма значимост. В тази връзка, научни разработки с практическа насоченост, безспорно биха подпомогнали бизнес процеса по вземане на важни маркетингови и търговски решения.

Основна цел на настоящата дисертация е да докаже, че аналитичното интегриране на методите за пазарни проучвания, с централна роля на семиотичния метод, дава значителни предимства на изследователя. За доказване на тази цел, е разработен и предложен интегриран изследователски модел. Така определената цел се постига посредством шест основни задачи: разбиране на теорията на семиотиката, представяне на бизнес сектора на тютюнопроизводството (използван в дисертацията като област за приложение на изследователските решения и най-вече, за приложение на предложени интегриран изследователски модел), разбиране на теорията на маркетинговата семиотика, разглеждане на основните семиотични инструменти за изучаване на търговските марки, преглед на често срещаните пазарни изследвания и разработване на интегрирания модел като краен теоретичен резултат.

Изпълнението на задачите е постигнато в рамките на следните три части на дисертацията: част 1, „Семиотика на потреблението на тютюн“, част 2, „Маркетингова семиотика и изследователски решения“ и част 3, „Аналитична интеграция и изследване на марката Corset“.

Докторантката полага основите на разработката чрез въведение в семиотичната наука. Фундаменталните концепции в семиотиката са определени от двамата учени Сосюр и Пърс. В тази връзка, Севим Танева разглежда техните основни приноси (теории за знака и други), след което представя теоретичните приноси на други по-съвременни семиотици, имащи конкретно приложение към разглежданата проблематика, а именно, аналитични концепции и инструменти, чието прилагане може да доведе до търсените пазарни резултати на търговската марка. В тази връзка, правилно е решено да бъдат представени теориите на Роланд Барт (идентифициране на митове и митичен знак), Алгирдас Греймас (семиотичен квадрат) и Юрий Лотман (семиосфера).

За да се покаже какво е практическото приложение и маркетинговата полза на всяка от трите теории, Севим Танева ги прилага на ниво цялата тютюнева индустрия, като изготвя следните семиотични анализи: 1. Митология на тютюнопушенето, 2. Позициониране на мъжките и женските цигарени марки на семиотичния квадрат и 3. Семиосфера на потреблението на тютюн. Като се има предвид, че фокус на аналитичната интеграция са семиотичните методи, разработването на споменатите анализи е много добро решение, успяващо да покаже важността на семиотиката в управлението на маркетинга, нейната значимост и незаменяема роля в сравнение с останалите изследователски методики. Това не би било постигнато обаче - както по отношение на семиотичния анализ на цялата индустрия, така и в последствие, когато обект на изследване е един конкретен бранд цигарени изделия, без експертното познаване на изследвания бизнес сектор. Във връзка с това тютюневата индустрия е обстойно представена. Тук кандидатката прави два основни обзора: на културно-историческия контекст на потреблението на тютюн и на тютюневия бизнес днес – обхват и култура на пушене. Тютюнът и неговите различни форми на употреба през времето, както и факторите, довели до глобалното разпространение на тютюнопушенето, могат да бъдат интересно поле за семиотични анализи, предвид дълбоките културни особености на този потребителски продукт. Това се отнася не по-малко и за културата на пушене в днешно време, продължаваща еволюционния характер на тютюнопотреблението, определено от бизнес обстоятелствата и видимо в т. нар. продукти от ново поколение.

В част 2, Севим Танева разглежда маркетинговата семиотика и различните изследователски решения, като източник на един интегриран подход в маркетинговите анализи. Маркетинговата семиотика е онзи клон от семиотичната наука, най-пряко касаещ

темата на дисертацията. Той е разгледан дълбочинно, където впечатление прави отличното представяне на моделите на Бейти (Рамка на значението на бранда), Флош (Остойносттаване на рекламата), Освалд (Семиотичните измерения на марките) и Винсънт (Система за митология на марката).

Докторантката успява да покаже голяма експертност по отношение на конкретните изследователски решения в управлението на търговските марки. Те са разгледани в две групи: семиотични изследвания на бранда и традиционни маркетингови изследвания. По-специфичното в тяхното представяне е „пречупването“ им през изучаваната индустрия. Така, обяснението на същността и нуждата на всеки един вид изследване са предадени посредством примери от тютюневата индустрия, която е част от сектора на бързооборотните стоки, известен с традиционните си практики в провеждането на пазарни проучвания. В обхвата на семиотичните изследвания на бранда са представени: дискурсивен анализ, митология на марката, декодиране и прекодиране, ZMET и Наблюдение на тенденции. А в рамките на традиционните изследвания попадат ритейл одит, домакински панел и разнообразието от потребителски изследвания, всички заедно в действителност представляващи основните пазарни изследвания, използвани от големите компании-производители.

Следва концепцията за аналитична интеграция и изследване на марката Corset. Концепцията за аналитична интеграция е разработена посредством: представяне на същността на Маркетинговата информационна система, казуси, решавани чрез интегрирания подход, нива на интеграция, постижения в областта на интеграцията в рамките на традиционните проучвания, постижения в областта на интеграцията на семиотиката с традиционните методики. Много добро впечатление прави, че за идентифицираните маркетингови и търговски казуси, дипломантката разработва и изследователски програми по отношение на: тема на изследване, категоризация на типа изследване и предоставяни резултати. След като разглежда постиженията и експертизите в областта на интеграцията, Севим Танева стига до нуждата от наличието и приложението на т. нар. оптимален изследователски модел с интегриран семиотичен анализ. Тя разработва и предлага за употреба такъв модел, състоящ се от пет аналитични стъпки: 1. Анализ на данни от ритейл одит, 2. Анализ на потребителско изследване, 3. Семиотичен анализ, 4. Измерване на семиотичните резултати и 5. Проследяване на пазарния дял. Това е

и избраната методика и методология на изследване, която напълно съответства на целта и задачите на дисертационния труд.

Безспорно, това е един изчерпателен изследователски подход, с интегриране на семиотичния метод и фокус върху неговата незаменима функция, който след това в дисертацията е приложен спрямо изследване на казус за цигарената марка Corset. По смисъла на модела за интеграция, това изследване успява да обхване данни от различни източници и да покаже ролята на отделните стъпки от модела, и тяхното интегрирано използване за разрешаване на казуса пред изучавания бранд. Един от източниците на изследването е реализирано собствено емпирично проучване сред потребителите за нуждите на дисертацията. По смисъла на концепцията за интеграция, става ясно, че пречките пред развитието на изследвания бранд са на културно ниво, след което с помощта на точно определени семиотични анализи, докторантката успява да стигне до важни изводи и решения за бранда.

Използваната литература е изцяло в съответствие с темата на дисертацията. Докторантката се позовава на важни източници, сред които книги, сборници, статии, корпоративни издания, институционални документи, коректно цитирани по отношение на изучаваните феномени.

Описание на приносите

Основен принос на настоящия труд е предложения интегриран изследователски модел, като краен теоретичен резултат. Разработването на този модел е подпомогнато от споменатите по-горе изследователски програми за основни казуси в областта на маркетинга и продажбите. Съгласно извод на докторантката, уникално в модела е участието на семиотиката в общ изследователски инструмент с ритейл одит. Предложеният модел може да намери приложение в широк спектър от бизнес сектори.

Още един значителен принос на дисертацията е създадената семиосфера на потребление на тютюн, за която е споменато, че в областта на тютюневата индустрия, това най-вероятно е първият опит за прилагане на модела на семиосфера. Моделът има за цел да структурира изследваната култура, да разкрие вътрешните ѝ механизми на функциониране и да подпомогне създаването на нейни типологии.

В своите анализи, Севим Танева прилага типологията на Уилямс за доминиращи, остатъчни и нововъзникващи кодове. Предвид особеностите на тютюневия бизнес сектор,

тя предлага актуализация на типологията, като добавя към нея и категорията на вечните кодове, което също е значителен принос на дисертацията.

Други приноси: нива на създаване на значение, обяснение на изследователските инструменти, приложени към тютюневата индустрия.

Авторефератът следва изцяло дисертацията. В него са формулирани пет приноса. Като цяло, те се характеризират със своя теоретико-приложен характер.

Севим Танева е публикувала три научни статии, една от които в международно издание. Въпреки че публикациите не са много на брой, докторантката определено отговаря на изискванията за качествен дисертационен труд.

Мнения, препоръки и бележки

Имам една бележка и една препоръка.

Частите от дисертацията, които разгръщат историята и културата на тютюна са доста обстойни, вероятно част от тях може да се изведе като приложение, за да изпъкнат при четене най-вече маркетинговите и семиотичните анализи.

Частта от дисертацията, касаеща видовете изследователски решения, концепцията за аналитична интеграция и модела на интеграция в пет стъпки, биха представлявали обект за публикация на монография. Едно такова издание може да бъде използвано както с образователна цел, така и приложно от различни бизнес организации.

В заключение, настоящият дисертационен труд представлява една качествена разработка, която безспорно успява да постигне заложените си цели. В резултат на това с **пълна убеденост гласувам положително**, а и призовавам Уважаемото научно жури да направи същото, на Севим Асимова Танева да **бъде присъдена научната и образователна степен „доктор“** в професионално направление 3.1 Социология, антропология и науки за културата (семиотика).

Дата: 23.09.2023

Подпис: