



DMS

Društvo za marketing Slovenije

OBRAZLOŽITEV KOMISIJE ZA IZBOR MAGISTRSKEGA DELA LEJLE PERVIZ IN TINE GEČ ZA NAGRADO

MARKETINŠKI UP 2013

Avtorici **Lejla Perviz** in **Tina Geč** v svojem magistrskem delu z naslovom: »*Animoznost porabnikov in nakup tujih izdelkov: empirična raziskava v Sloveniji*« poglobljeno raziskujeta izjemno zanimiv in sodoben koncept animoznosti oz. nenaklonjenosti porabnikov v povezavi z nakupnim vedenjem izdelkov in storitev, ki jih porabniki zaznavajo kot 'tuje' oz. izvirajoče iz specifične tuje države. Delo si zato po mnenju komisije za izbor nagrade marketinški up 2013 zasluži pozornost znotraj širše marketinške stroke in vede.

Avtorici sta si za osrednji namen dela zastavili proučitev animoznosti porabnikov, njenega odnosa do etnocentrizma porabnikov ter njenega vpliva na presojo kakovosti in nakup tujih izdelkov. Poleg tega je bil njun namen tudi razviti globlje razumevanje konstrukta animoznosti v Sloveniji.

S tem namenom sta avtorici v teoretičnem delu najprej podali temeljit pregled obstoječe literature s področja države porekla, porabnikovega etnocentrizma in animoznosti. Kljub obširnemu naboru literature, uporabljene v tem delu, sta se izognili prevelikemu teoretiziranju in večji del naloge namenili dvostopenjski empirični raziskavi. Obe raziskavi, kvalitativna in kvantitativna, sta izdelali v velikem merilu, v tesni navezavi na literaturo in priporočila iz nje. Magistrsko delo še posebej odlikuje četrto poglavje, kjer sta avtorici v diskusiji nanizali povzetke zaključkov, implikacije za različne deležnike in omejitve s smernicami za prihodnje raziskave.

Komisija je s svojimi enotnimi ocenami potrdila, da sta Lejla Perviz in Tina Geč s svojim magistrskim delom, ki sta ga pripravili na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani pod mentorstvom redne profesorice dr. Irene Vida in somentorstvom izredne profesorice dr. Tanje Dmitrovič, pokazali dobršno mero raziskovalnega duha ter tako na teoretični kot na empirični ravni zasnovali odlično raziskovalno delo s praktičnimi implikacijami. Zato je komisija izbrala Lejlo Perviz in Tino Geč za marketinški up 2013.