



## УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

ДО  
Научното жури при  
УНСС - С о ф и я

### СТАНОВИЩЕ

От: проф. д.ик.н.Божидар Иванов Хаджиев;

Университет по хранителни технологии и ИИИ при БАН;

Област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, ПН: 3.8. «Икономика», научни специалности: 05.02.18, «Икономика и управление»; 05.02.10 «Световно стопанство и международни икономически отношения» и по компетенции „Маркетинг” и „Приложна психология”;

**Относно:** Конкурс за заемане на академична длъжност „професор” в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, ПН 3.8. „Икономика”, публикуван в ДВ №7/19.01.2018г.

#### **I. Информация за конкурса**

Конкурсът за заемане на академична длъжност „професор” в област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, ПН 3.8. „Икономика” по **научна специалност „Организация и управление на производството (лидерство на маркетинга)”** е обявен за нуждите на катедра „Индустириален бизнес” и е публикуван в в ДВ №7/19.01.2018г.

#### **II. Кратка информация за кандидати в конкурса**

От предоставените документи за конкурса е видно, че единствен кандидат за участие в конкурса е **доц. д-р Николай Христов Щерев** от катедра „Индустириален бизнес “ при УНСС – София.

Синтезиран профил на кандидата в образователен и научен разрез:

1. (1995-2000) Кандидатът за професор е придобил висше образование в Университет за национално и световно стопанство, специалност „Икономика на индустрията”;
2. (2000-2001) Започва преподавателската си в кариера „Индустириален бизнес “ в УНСС като хоноруван асистент, а от 2003-2012. е научен секретар на катедрата.
3. (2002-) Член на Факултетния съвет на „Бизнес факултет” при УНСС;
4. (2004-2007) Кандидатът през 2007 г. защитава **докторска дисертация** на тема „ Приложение на маркетинговата концепция в индустриалните фирми” по научна специалност 05.02.18 „Икономика и управление” (индустрия);
5. (2009-2010) 2009 специализация в Имperiал Колидж (Великобритания) по програма КОСТ IS0701; 2010г.- специализация в Имperiал Колидж (Великобритания) и Университета Бокони (Италия) по програма КОСТ IS0701;
6. (август 2010.) Получава научно звание „**Доцент**” по научна специалност 05.02.18 „Икономика и управление”(Маркетинг в индустриалния бизнес);
7. (2011-) Член на Академичния съвет на УНСС;
8. (2012г.-2016г.) Заместник-ръководител на катедра „Индустириален бизнес “ в УНСС;
9. (2016-) Ръководител на катедра „Индустириален бизнес “ в УНСС;
10. (2016-2017) 2016г. - специализация в Университета в Агдер (Норвегия) по Норвежкия фонд; 2017г. - специализация в Изследователски център Нофима по Норвежкия фонд.

### Синтезиран профил в приложен аспект:

Видно от автобиографията и приложените документи се очертава следния практически опит на кандидата:

- (2005-2015) Член на съвета по качество в УНСС;
- (2012-) Член на Асоциация на преподавателите по икономика и управление на индустрията (АПИУИ);
- (2012-) Директор на ЦПО ЛИДЕР към Консултантска компания ЛИДЕР ЕООД (2013-) Член на клъстер: INLET Tisza Valley Regional Cluster чрез Консултантска компания ЛИДЕР ЕООД и УНСС-София ;
- (2016-) Управител на ЛИДЕР Консултинг БГ ЕООД (от 2016г.)

Предвид горепосоченото и като се има предвид (вж. автобиографията и предоставените документи за конкурса) че кандидата е тясно свързан с бизнеса, може да се направи извода, че освен като добър преподавател, **доц. д-р Николай Христов Щерев** има сериозен научен и управленчески опит засягащ темата на конкурса.

### **III. Изпълнение на изискванията за заемане на академичната длъжност**

#### *Изпълнение на количествените изисквания:*

Доц. д-р Николай Христов Щерев работи на безсрочен трудов договор към Университета за национално и световно стопанство. Видно от представената служебна бележка от УДОК на УНСС (изх. № УДОК 2013/29.09.2017) той има изпълнена учебна заетост от учебната 2010/2011 г. до учебната 2016/2017 г..

Представени са доказателства за изпълнението на задължителните условия по ЗРАСРБ (Чл.29) от страна на кандидата. Представена е надлежно попълнена и подписана от кандидата карта за изпълнение на **количествените изисквания** за заемане на академична длъжност „професор” в УНСС. Посочено е, че кандидатът има общо **1683.11** точки, при минимален праг общо **600** точки. Видно е, че кандидатът надхвърля значително изискуемия минимум.

Кандидатът притежава образователната и научна степен „доктор”. Не по-малко от две години е заемал академичната длъжност „доцент” в УНСС. Представил е публикуван труд с монографичен характер, както и публикации в специализирани научни издания .

Проучването разкрива, че кандидатът отговаря на изискванията по линия на нормативните критерии и показатели. Считаю, че становището на Комисията по количествените изисквания и на Съвета по хабилитация на УНСС е коректно.

#### *Изпълнение на качествените изисквания:*

Предвид предоставената информация е видно, че кандидатът за „професор” има сериозен принос в учебно-преподавателската и научно-изследователската дейност с която подпомага утвърждаването на добрите академични традиции в УНСС.

Представена е надлежно попълнена и подписана от кандидата карта за изпълнение на **качествените изисквания** за заемане на академична длъжност „професор” в УНСС. С изключение на позиции от картата №№ 1.1, 1.3, 1.8, 3.1, 3.5, 4.3.1 и 4.3.3 за всички други позиции е посочена надлежна информация. Видно е, че кандидатът надхвърля изискуемия минимум.

Така също като имам предвид, че проучването на трудовете на кандидата е извършено от Комисията по качествените изисквания за заемане на академични длъжности в УНСС приемаю оценката на комисията.

### **IV. Обща характеристика на представените научни трудове/публикации**

Доц. д-р Николай Христов Щерев е представил резюмета на 20 публикации от участия в конференции в страната, на 20 публикации от участия в конференции с международно участие и в чужбина, на 3 студии, на 28 статии (от които 15 в специализирани, индексирани научни списания и 9 в специализирани научни списания с редколегия). Представени са публикации с

монографичен характер „Лидерство на маркетинга” и за изследователски проект № НИД 21.03-58/2009 „Изследване на пазарната ориентация на българските индустриални фирми”,

Представените публикации са свързани с професионалното направление 3.8 „Икономика”. Считам, че голяма част от публикациите с които се участва в конкурса кореспондират с темата на конкурса, но приемам за същинска оценка тези от тях, които пряко засягат темата от професионалното направление, а именно:

- публикации от участия в конференции в страната №№ 4.3; 4.7; 4.10; 4.11; 4.14; 4.15 (първи автор); 4.17 (кандидата е първи автор); 4.18 (първи автор); 4.19 (втори автор).

- публикации от участия в конференции с международно участие и в чужбина №№ 5.13 (колектив); 5.20 (колектив).

- студия № 6.2.1;

- статии №№ 7.2.14 (първи автор); 7.3.1 (първи автор); 7.3.9;

- публикация с монографичен характер „Лидерство на маркетинга”, УНСС, 2017, 254 стр.;

- изследователски проект № НИД 21.03-58/2009 „Изследване на пазарната ориентация на българските индустриални фирми”, С. 2011, 103 стр.

**При оценката на публикацията с монографичен характер „Лидерство на маркетинга”** сериозен интерес свързан с темата на конкурса представлява изследователския опит на автора да докаже тезата, че българския бизнес се нуждае от използването на нов подход за управление, които да е основан на принципите и подходите на маркетинга и пазарната/маркетинговата ориентация на бизнеса.

Авторът си е поставил за цел да изведе тези актуални маркетингови проблеми, които подпомагат мениджърите ефективно да изпълняват ролята на бизнес лидери, не само вътре в своите организации, но най-вече извън рамките на управлявания от тях бизнес. Той поставя фокус върху организацията на маркетинга по начин, който позволява успешно представяне на бизнеса на пазара и прави опит за търсенето на отговор на следните въпроси:

- Какви са предпоставките за успешно управление чрез маркетинг?
- Чрез какви организационни и управленски инструменти се реализира подхода на пазарна/маркетингова ориентация на бизнеса?
- По какво фирми, основани на лидерство на маркетинга, са по-добри от фирмите, управлявани чрез традиционните подходи на мениджмънт и/или маркетинг?
- Къде се пресичат интересите на бизнеса и на обществото чрез поддържане на пазарно ориентирано управление? и пр.

Първият раздел е разработен в 3 глави, вторият в 2 глави, а третият в 3 глави.

В първи раздел се прави опит за разкриване същността и особеностите на управлението чрез маркетинг, поставят се дискуссионни теоретични аспекти свързани с предпоставките и моделите при управлението чрез маркетинг. Засягат се въпроси за маркетингови подходи и методи, както и за развитието на бизнеса.

Във втори раздел се прави опит да се разкрият някои целеви ограничения на управлението чрез маркетинг и да се посочат някои аспекти на организация на маркетинга в практиката.

В трети раздел се посочват някои приложни изисквания към лидерство на маркетинга и се идентифицира степента на използване на лидерството на маркетинга в реална бизнес среда.

Заключението предлага обобщение на цялото изследване, като резултатите са интерпретирани и оценени от практико-приложна гледна точка. Пояснява се, че без подходяща маркетингова политика, най-вече основана на възприемане на лидерството на маркетинга като подход на управление на маркетинга, фирмата трудно може да се справи с предизвикателствата на пазара. Приема се, че използването на модели и подходи свързани с лидерството на маркетинга е затруднено поради организационни проблеми, които са свързани с

разпределението на задачите и отговорностите между персонала като: функционално раздробяване на управлението, високи бариери пред работа при пазарни условия, недоверие към ръководството и/или неподходящ предишен опит на мениджърите и др.

**При оценката** на изследователския проект № НИД 21.03-58/2009 „Изследване на пазарната ориентация на българските индустриални фирми” основната забележка е че не е посочен екипа и ако има такъв не е коректно на корицата на изданието да е посочен като автор само ръководителя на проекта.

**В представените от кандидата публикации приети за оценка** се изследват важни въпроси, свързани с темата на конкурса. Съдържателният анализ на научните публикации на кандидата за академична длъжност „професор” разкрива:

(1) Кандидатът притежава способност за добро систематизиране на основни научни тези свързани с темата на конкурса.

(2) Публикациите на доц. д-р Николай Христов Щерев се отличават с определена задълбоченост и новаторство по въпроси свързани с темата на конкурса и са получили необходимото обществено признание. Относителният дял на самостоятелно написаните научни публикации свидетелства, че той притежава способност за самостоятелна изява. В същото време участието му в колективни публикации показва, че има и способност за добра екипна работа.

*Гореизложеното ми дава основание да обобщя, че кандидата е качествен научен работник, който притежава необходимата публикационна активност, публикациите му отговарят на изискванията на ЗРАСПБ и са станали достъпни за научната общност.*

#### **V. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Анализираните научни публикации на кандидата, засягащи темата на конкурса, биха могли да бъдат групирани в изследователска област свързана с ПН 3.8 „Икономика” и конкретно с комплексни аспекти на маркетинговата дейност. В научните публикации се съдържат следните по-важни научни и научно-приложни приноси:

- Систематизирано са представени определени научни схващания за нарастващата за бизнеса значимост на лидерството на маркетинга. В тази насока се акцентира върху теоретично-методологическия фундамент за управление чрез лидерство на маркетинг.

- Очертано е концептуализирано виждане за определени проблеми от методологическо и методическо естество за прилагане подхода на пазарна/маркетингова ориентация на бизнеса

- Направен е опит за доказване на тезата, че българския бизнес се нуждае от използването на нов подход за управление, които да е основан на принципите и подходите на маркетинга и пазарната/маркетинговата ориентация на бизнеса, както и на тезата за интегриране на маркетинговото управление и оперативното и стратегическото управление на бизнес организациите.

- Систематизирани, критично обосновани и подходящо представени за обучението са определени теоретични постановки и модели свързани с лидерство на маркетинга.

- Разработените теоретични постановки и модели свързани с лидерство на маркетинга биха могли да се използват по преподаваните дисциплини в ОКС Бакалавър и ОКС Магистър като: Антикризисно управление; Лидерство и растеж; Маркетингови практики; Организация на маркетинга; Управление на маркетинга и др.

*Считам, че научните приноси и преподавателската дейност на кандидата, отговарят на профила на обявения конкурс.*

## **VI. Оценка на академичната известност на кандидата**

Изключително добро впечатление прави факта, че основните публикации на кандидата са представени в реномирани наши и чужди научни издания.

От приложената справка за цитиранията се вижда, че кандидата (самостоятелно и в колектив) е цитиран 40 пъти в периодични издания и сборници от конференции.

Може да се допусне, че цитиранията са повече, поради затрудненията в набирането на необходимата информация, предвид липсата в страната ни на система за проследяване на цитиранията. Очевидно научните публикации на кандидата са получили обществено признание и се използват от научната общност.

## **VII. Критични бележки и предложения:**

Кандидатът оперира по изключително сложни икономически и управленчески проблеми, засягащи редица проблеми на икономиката и управлението през призмата на лидерство на маркетинга. Това е основната причина за определени неточности и някои аксиоматични твърдения, които не намаляват значимостта на научните трудове на кандидата.

(1) Несъмнено лидерството на маркетинга свързано с ползи за бизнеса е важно. Но препоръчвам на кандидата в бъдещите си изследвания да търси връзката на това лидерство с постигане на ползи както за бизнеса, така и за природата и за обществото. Това изисква да се отчетат множество фактори свързани с ценностната система на субектите и ситуацията в която се намират и желаят да се намират. Считаю, че без фокус върху психологическия аспект, който стои в изходната позиция за всяко едно управление, без разкриване способностите на субекта и взаимовръзките му с процесите в световното стопанство, без изследвания и в областта на екологичен маркетинг, невромаркетинг, маркетинг 3.0 и реинженерингов маркетинг не би могло да открият и решат прецизно основните проблеми засягащи лидерството на маркетинга.

(2) Има потребност от разработване на учебници, учебни помагала, студии и статии засягащи горепосочените аспекти на маркетинга и бизнес практиката.

(3) В избраната от кандидата изследователска област е необходимо по-задълбочено изследване на актуалните маркетингови и търговски проблеми като се отчитат възможностите на субектите за повишаване потенциалната стойност на онова, което могат да добавят към националното и глобалното стопанство. Така също публикациите биха станали още по-добри, ако изследванията засягат и основните фактори за формиране и развитие на маркетинговия бизнес потенциал на субектите в световното стопанство. Препоръчвам бъдещите монографии на кандидата задължително да имат научен рецензент/и.

*Горепосочените бележки и препоръки по своето естество трябва да се приемат като препоръки към бъдещата изследователска и преподавателска дейност на кандидата.*

## **VIII. Обобщено заключение и становище:**

Горепосочените в становището оценки и потенциала, който се разкрива от кандидата свързан с темата на конкурса, ми дават основание да оценя дейността му **ПОЛОЖИТЕЛНО**. В тази връзка си позволявам да препоръчам на почитаемото научно жури в съответствие с изискванията на ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и Правилника на УНСС да предложи на Факултетния съвет, **доц. д-р Николай Христов Щерев**, да бъде избран за нуждите на катедра „Индустиален бизнес“ при УНСС - София на **академична длъжност „професор“** по научна специалност „Организация и управление на производството (лидерство на маркетинга)“ в професионално направление 3.8 „Икономика“.

31.03.2018. год.

Изготвил становището:.....

(проф. д.ик.н. Б. Хаджиев)