



РЕЦЕНЗИЯ

От: *проф. д-р Емилия Георгиева Вайсилова*
Висше транспортно училище „Тодор Каблешков“
Научна специалност „Счетоводна отчетност, контрол и анализ на стопанската дейност“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по докторска програма *„Икономика и управление (Транспорт)“* в УНСС.

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд, съгласно Заповед №507/26.02.2024 г. на заместник ректора по НИД и международно сътрудничество на УНСС.

Автор на дисертационния труд: *Ася Григорова Цонкова*

Тема на дисертационния труд: *Маркетингови инструменти за повишаване конкурентоспособността на транспортните фирми в международния товарен транспорт*

1. Информация за дисертанта

Дисертантката се е обучавала по докторска програма „Икономика и управление (Транспорт)“, към катедра „Икономика на транспорта и енергетиката“, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС, съгласно заповед на Ректора № 686/27.03.2017 г. Обучението е осъществено в задочна форма, с продължителност 4 години.

Ася Григорова Цонкова има придобити две магистърски степени – първа магистърска степен по „Журналистика и историческа памет“ в СУ „Св. Климент Охридски“, през 2008 г. и втора магистърска степен по „Транспортен мениджмънт“ в Университета за национално и световно стопанство, през 2016 г.

Докторантката притежава дългогодишен и богат професионален опит с акцент: управление на проекти; комуникация с клиенти; PR; анализ на продажбите и пазара; планиране на бюджет; организация и контрол на събития. Заемала е редица отговорни длъжности като: PR Кметство София; Консултант по комуникации (политика и бизнес); Консултант за маркетинг и логистика в град Дюселдорф; Главен Мениджър

маркетинг, продажби и грижа с клиенти за Германия, Австрия и Швейцария; Ръководител отдел Маркетинг IWQ Holding GmbH. Владее много добре немски и английски език и притежава добри комуникационни и компютърни умения. Придобила е допълнителни квалификации по: • Комуникационна и межкултурна компетентност; • Бизнес Реторика; • Методика и дидактика; • Организиране на обучения в групи; • Бизнес английския за преговори; • Реторика в конфликтни ситуации; • Креативно писане.

Всички гореизложени факти говорят за богатия професионален опит и високите компетенции, които Ася Григорова Цонкова притежава в областта на дисертационния труд.

Докторантката е изпълнила изцяло индивидуалния си учебен план и е положила успешно всички изпити по него.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е оформен в увод, три глави, заключение, библиография, приложения (2 броя) и е в обем от 222 стандартни страници. От тях 209 страници са основен текст, съдържащ 67 фигури, 8 таблици. Списъкът на библиографската справка съдържа 103 източника, от които 30 на български език и 73 чуждоезични – английски и немски.

Актуалността на темата произтича от факта, че индустрията на международния товарен автомобилен транспорт е ключова за икономическото развитие, тъй като необходимостта от ефективни и надеждни услуги за международен превоз на товари непрекъснато нараства. Конкуренцията между дружествата, опериращи в този сектор е висока и в тази връзка може да се каже, че дисертационният труд е твърде навременен, предвид изследваните в него иновативни маркетингови инструменти, осигуряващи нарастване на конкурентните предимства на предприятията.

В увода на дисертационния труд е посочена **целта**, която докторантката си е поставила – *да се разработи методична рамка и да се предложат практически препоръки за прилагане на иновативни маркетингови инструменти (подходи) в дейността на международните превозвачи на товари, които да разграничат компаниите в отрасъла, да привлекат и задържат клиенти и в крайна сметка да бъдат конкурентоспособни и да постигнат дългосрочен успех на пазара.*

В съответствие с поставената цел са очертани в логическа последователност и осем изследователски задачи, които в хода на изследването са решени. Поставената цел и формулираните задачи се постигат от позицията на **изследователската теза**, че **чрез изследване и анализ на сегментирането на клиентите, стойностното**

предложение, интегрирани маркетингови комуникации, цифрови маркетингови стратегии, управление на взаимоотношенията с клиентите и стратегическите съюзи, може да се предостави методическа рамка и препоръки за внедряване на съвременни иновативни маркетингови инструменти.

В съответствие с възприетите цел и задачи дисертантката определя **обекта** на изследването – *предприятията извършващи международен превоз на товари на територията на Германия*, както и неговия **предмет** – *проучване и анализиране на маркетинговата дейност на предприятията в сферата на международния товарен автомобилен транспорт, за подобряване на тяхната конкурентоспособност.*

По мое мнение обектът и предметът са правилно дефинирани, а целта, задачите и изследователската теза са точно и ясно очертани.

За теоретико-методическа основа на дисертационния труд са послужили множество научни разработки, концепции и хипотези, обосновани и представени в съвременната икономическа литература, касаещи концепциите за конкурентоспособност и маркетингови подходи, в контекста на международния товарен автомобилен транспорт.

В изследването са конкретизирани ограниченията, които са по време, място, методология и обхват. Използвана е емпирична информация от дейността на автомобилни товарни превозвачи на територията на Германия за периода 2020 – 2023г.

За успешно решаване на поставените в дисертационния труд изследователски задачи авторът е използвал конкретно избрани научни методи, осигуряващи извършване на прецизен анализ и оценка.

Научната новост на изследването се състои в обогатяване на разбирането за прилагане на иновативни маркетингови стратегии в транспортните предприятия, чрез разработването на нова методология и модел за повишаване на тяхната конкурентоспособност.

Първа глава е с подчертан теоретико-методологичен характер. В нея докторантката прави преглед на ключовите фактори, влияещи върху развитието и конкурентоспособността на транспортната система и международния автомобилен превоз на товари. Авторът разглежда въвеждането на съвременните технологии и цифровизацията в маркетинговите подходи и правилно подчертава тяхната роля за повишаване конкурентоспособността на транспортните дружества. Изтъква ролята на международния автомобилен товарен транспорт за развитието на устойчива и конкурентоспособна икономика. Основният акцент в тази част на разработката е върху значението на пазарно ориентирания подход, диференциацията и създаването на стойност в сектора на международния автомобилен превоз на товари. Докторантката изразява мнение, че прилагането на тези маркетингови подходи може да подпомогне

дружествата да повишат конкурентоспособността си и да постигнат успех на пазара. В съзвучие с нашето съвремие, авторът съвсем резонно подчертава необходимостта от устойчива транспортна система, която да балансира икономическите предимства на транспорта с отрицателното му въздействие върху околната среда. Въз основа на анализ на чуждестранни и български теоретични и приложни изследвания, в областта на транспортния маркетинг и конкурентоспособността на международния товарен автомобилен транспорт, в края на този раздел, докторантката формулира обобщения, върху които стъпва по-нататък при реализацията на изследването.

Втора глава на дисертационния труд е посветена на анализа на конкурентоспособността и маркетинговите дейности на предприятията в областта на международния автомобилен товарен транспорт в Европа. Авторът изследва конкурентоспособността на тези предприятия в различни аспекти, като извършва: PEST анализ; анализ на петте конкурентни сили на Майкъл Портър; анализ на конкурентните позиции на конкуренцията; SWOT анализ; SNW – анализ. В тази част на изследването, съвсем логично, предвид периода на изследването, докторантката анализира маркетинговата дейност на международния товарен автомобилен транспорт по време на пандемията от COVID-19 и проследява негативните ефекти, които последната е оказала върху него. Изрично подчертава ролята на маркетинговите подходи за смекчаване на отрицателните последици от пандемията. Докторантката разглежда възможността за прилагане на дигиталният маркетинг в дейността на предприятията от международния товарен автомобилен транспорт и подчертава изключителното му конкурентно предимство, от което същите могат да се възползват. Според дисертантката, дигиталният маркетинг дава възможност да се направи конкретен анализ, да се събере голямо количество информация и точно да се проследи ефективността на различни маркетингови кампании, в реално време. В резултат на извършена оценка на маркетинговата дейност на предприятията в сферата на международния товарен автомобилен транспорт в Европа, са изведени силните и слабите страни на използваните от транспортните предприятия маркетингови подходи, насочени към повишаване на конкурентоспособността. Базирайки се на резултатите от извършеното проучване в края на главата са направени коректни и адекватни изводи и обобщения.

Трета глава е с приложен характер. В нея е разработен модел за прилагане на иновативни маркетингови подходи, целящи подобряване на конкурентоспособността на международния товарен автомобилен транспорт. Моделът представя примерна последователност от дейности, като маркетингово проучване, стойностно предложение, сегментиране на клиенти, цифров маркетинг, интегриране на електронната търговия, сътрудничество и партньорство, иновации в услугите,

инициативи за устойчивост, управление на взаимоотношенията с клиентите и непрекъснато наблюдение и оценка. Мнението на автора е, че прилагането на иновации в маркетинга като нови технологии, изкуствен интелект, анализ на големи данни, интернет и блокчейн технологията, могат да направят революция в сектора и да подобрят ефективността, планирането на маршрутите, проследяването и комуникацията. Докторантката дава конкретни препоръки за постигане на всичко това като изтъква, че за да успее в силно конкурентната индустрия на международния автомобилен превоз на товари, съвременното транспортно предприятие следва да дава приоритет на пазарно ориентирания подход. В тази част на изследването докторантката прави анкетно проучване за оценка на възможността за прилагане на иновативни маркетингови подходи, повишаващи конкурентоспособността на международния товарен автомобилен транспорт. Резултатите от проучването са анализирани, оценени и използвани за определяне на ефективността и жизнеспособността на прилагането на тези маркетингови подходи в сектора.

В края на разработката авторът подчертава значимите моменти от проведеното изследване и извежда препоръки за повишаване на конкурентоспособността на международния товарен автомобилен транспорт. Формулира основните приноси на изследването, които са с научен и практико-приложен характер.

Дисертационният труд по своята структура, обем и съдържание отговаря напълно на изискванията, посочени в Закона за развитие на академичния състав в Република България. Обобщено може да се каже, че от съдържателна и от изследователска гледна точка, трудът е структуриран за научно третиране и създава условията и предпоставките за постигане на формулираната цел и за защита на изследователската теза.

В дисертационния труд са използвани значителен брой литературни източници – общо 103 броя, като в т.ч.: 30 на български език и 73 чуждоезични (английски и немски). Изследваната литература е в областта на маркетинга и международния товарен автомобилен транспорт. Литературните източници са коректно цитирани в основния текст на разработката, с използване на кръгли скоби. Представената литература показва, че докторантката познава постиженията в изследваната област.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Рецензираният дисертационен труд представлява самостоятелно и оригинално научно изследване и съдържа достатъчни доказателства за постигнати резултати, посъществени от които са следните:

1) В резултат на осъществен анализ на чуждестранни и български теоретични и приложни изследвания в областта на международния товарен автомобилен транспорт

и маркетинга, са обособени три маркетингови подхода за повишаване на конкурентоспособността на този вид транспорт: *първо* – пазарна ориентация, включваща разбиране на нуждите на клиентите, наблюдение на конкурентите и съответно адаптиране на стратегиите; *второ* – диференциация, конкретизираща уникалност в предложенията за продажба, предлагане на специализирани услуги, иновативни решения, които да отличават компанията за товарен автомобилен транспорт от конкурентите; *трето* – създаване на стойност чрез анализ на веригата на стойността, което може да подпомогне идентифициране на дейностите, добавящи стойност за клиентите и водещи до намаляване на разходите.

2) Вследствие на проведеното изследване на конкурентоспособността и маркетинговата дейност на предприятията в сферата на международния товарен автомобилен транспорт в Европа, докторантката достига до извода, че маркетинга е неизменна част от бизнес процеса на съвременните дружества, и същият започва да се налага като концепция за управление, фокусирана върху променящите се пазарни условия и съществуващото търсене на стоки и услуги.

3) Изследвана и е доказана необходимостта от прилагането на дигиталния маркетинг в съвременните условия на развитие на икономиката, като са изведени възможностите, които той осигурява, а именно: осъществяване на конкретен анализ, събиране на голям обем информация и точно проследяване ефективността на различни маркетингови кампании в реално време.

4) В резултат на осъществено анкетно проучване, в сектора на автомобилния товарен транспорт, авторът аргументира, че запознаването с иновативни маркетингови подходи, прилагането на маркетингови стратегии, техники за сегментиране на клиентите, онлайн маркетинг и стратегии като иновации в услугите, управление на взаимоотношенията с клиентите и непрекъснат мониторинг, са от съществено значение за повишаване на конкурентоспособността на този сектор. Докторантката обобщава, че открояването на ролята на иновациите ще активизира процесите за по-бързото им внедряване, за да може бизнесът да стане по-гъвкав, конкурентен и да гарантира по-високо качество на предлаганата услуга.

5) Представени са препоръки за повишаване на конкурентоспособността на международния товарен автомобилен транспорт, за позициониране на предприятието и за устойчив растеж на индустрията.

6) При реализацията на изследването са ползвани конкретно избрани научни методи, подпомагащи извършването на точен анализ и оценка - аналитични, икономико-статистически, икономико-математически, абстрактно-логически, сравнителни, индукция и дедукция, както и системен подход към използването на комбинация от форми и методи, използвани в научните изследвания, включително

опитът от стратегическото управление.

7) В хода на изследването са изпълнени поставените изследователски задачи, постигната е очертаната цел и е защитена авторовата теза.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Приемам приносите, посочени в автореферата. По мое мнение изброените от докторантката приноси са реални, обективно отразяват основните постижения в цялостното изследване и отговарят на изискванията към дисертационен труд за присъждане на ОНС „доктор”.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Представени са седем публикации, свързани с дисертационния труд за периода 2017–2023 г., от които шест самостоятелни и една в съавторство с научния ръководител. Пет от публикациите са на английски език и две на български.

Всички публикации съдържат съществени моменти от дисертационното изследване. Като обем и качество те съответстват на изискванията за получаване на ОНС „доктор”.

Приемам всички публикации като пряко съотносими към дисертационния труд. В тях са обобщени и публикувани съществени проблеми и резултати от изследванията в дисертационния труд.

6. Оценка на автореферата

Представеният автореферат на дисертационния труд е в обем от 49 страници. В него коректно и в синтезиран вид са отразени: целите и задачите на изследването; обектът и предметът на изследване; изследователската теза; методологията на изследване; акцентите на отделните глави; приносите на автора.

Авторефератът е разработен в съответствие с законовите изисквания за неговото оформяне.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Не бих отправила съществени критични бележки, касаещи концептуалното съдържание на дисертационния труд. Академичният стил на изказ е поддържан в цялата разработка. Напълно естествено е в едно такова изследване да се открият някои неточности, технически и стилови грешки, но в случая те нямат значимостта да променят положителната ми оценка за разработката. Препоръчвам на докторантката в бъдеще да разшири и задълбочи изследванията си в областта на иновациите в

маркетинга и особено по отношение на дигиталния маркетинг и неговото приложение в сектора на автомобилния товарен транспорт.

Към докторантката имам следния въпрос: Очаква ли авторката и в каква посока промяна в организацията и управлението на дейността, на предприятията от товарния автомобилен транспорт, в контекста на все по-широкото навлизане на дигитализацията, във всички сфери на икономиката?

8. Заключение

В заключение, смятам, че рецензията дисертационен труд представлява завършено, самостоятелно реализирано научно изследване, демонстриращо уменията на докторантката да формулира и изследва научни проблеми. Трудът отговаря на изискванията за присъждане на образователната и научна степен „доктор“.

Декларирам своята **положителна оценка** и изказвам съгласието си да бъде присъдена образователната и научна степен **"доктор"** на **Ася Григорова Цонкова**, в професионално направление 3.8 „Икономика“, докторска програма „Икономика и управление (Транспорт)“, към УНСС.

03.04.2024 г.

гр. София

Подпис:

/проф. д-р Е. Вайсилова/