



С Т А Н О В И Щ Е

От: *проф. д-р Светла Драганова Цветкова*
УНСС – София, Катедра „Икономика на транспорта и енергетиката“
Научна специалност „Икономика и управление“ (Управление на транспорта)

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по „Икономика и управление (икономика на транспорта)“ в УНСС.

Автор на дисертационния труд: Ася Григорова Цонкова

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

Основание за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 507/26.02.2024 г. на Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Докторантката Ася Григорова Цонкова се е обучавала в задочна докторска програма към катедра „Икономика на транспорта и енергетиката“ на УНСС по научна специалност „Икономика и управление (икономика на транспорта)“ в професионално направление 3.8. Икономика, съгласно Заповед № 686 от 27.03.2017 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд на тема "Маркетингови инструменти за повишаване на конкурентоспособността на транспортните фирми в международния товарен транспорт" с автор Ася Григорова Цонкова е посветен на актуална и значима тема, в контекста на сектора на международния товарен автомобилен транспорт.

Целта и задачите на дисертационния труд са добре дефинирани, като се акцентира върху разработването на методологична рамка и практически препоръки за прилагане на иновативни маркетингови инструменти за повишаване на конкурентоспособността на международните транспортните фирми за превоз на товари.

Основната теза на дисертационния труд е, че чрез проучване и анализ на различните маркетингови дейности на компаниите, може да се разработи методическа рамка и да се направят препоръки за внедряване на съвременни иновативни маркетингови подходи за диференциране на компаниите, привличане и задържане на

клиенти, и в крайна сметка за повишаване на конкурентоспособността и постигане на дългосрочен успех на транспортните предприятия.

Методологията на дисертационния труд е обоснована, като са използвани разнообразни научни методи за анализ и оценка на влиянието на маркетинговите дейности, върху конкурентоспособността на транспортните предприятия.

Структурата на дисертационния труд е добре организирана в увод, три глави и приложения, които обхващат различните аспекти, свързани с темата. Тя съдържа 222 страници, 103 препратки, 8 таблици и 67 фигури, което показва, че са извършени задълбочени изследвания и анализи.

В увода на научната разработка, докторантката поставя начало, като подчертава значението на международния товарен автомобилен транспорт за развитие на устойчива и конкурентоспособна икономика и полага ефективно основите на следващите глави, като осигурява ясен контекст на проведеното изследване и дава изчерпателен преглед на актуалността и важността на разглеждания проблем.

Първата глава на дисертационния труд създава солидна теоретична основа, като обсъжда ролята на международния автомобилен превоз на товари, факторите, влияещи върху конкурентоспособността и значението на маркетинга в сектора. Този раздел е фундамент на последващ анализ на маркетинговите стратегии и конкурентоспособност в отрасъла.

Във втора глава на дисертационния труд е представен анализ на конкурентоспособността и маркетинговите дейности на компаниите, извършващи международен автомобилен превоз на товари на територията на Европа. Тази глава започва с анализ на конкурентната ситуация на пазара, като се използват рамки, като PEST анализ, Петте конкурентни сили на Майкъл Портър, SWOT анализ и SNW анализ. Въз основа на този анализ, докторантката изследва въздействието на пандемията COVID-19, върху маркетинговите дейности на фирмите за международен товарен автомобилен превоз. Анализът заслужава особено внимание, тъй като демонстрира адаптивността на фирмите по време на кризисните ситуации.

Фокусът в трета глава на дисертационния труд е насочен към практическите насоки, като се очертава модел за прилагане на иновативни маркетингови инструменти, за подобряване на конкурентоспособността на предприятията, функциониращи в сферата на международния товарен автомобилен транспорт. Изчерпателният характер на този модел, както и предложените препоръки, показва разбирането на автора и предоставя ценни насоки за повишаване на конкурентоспособността на предприятията и устойчив растеж на отрасъла. Тази глава от дисертационния труд, включва и проучване за оценка на практическата приложимост на предложения модел, което дава ясна представа за перспективите на индустрията по отношение на иновативните маркетингови подходи.

В заключението на дисертационния труд се обобщават основните констатации, като се подчертава значението на иновативните маркетингови стратегии за транспортните предприятия.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Като научен резултат в дисертационния труд може да се посочи успешното идентифициране и анализиране на основните фактори, влияещи върху конкурентоспособността на транспортните фирми за международен превоз на товари. Чрез използване на PEST и SWOT анализи, изследването дава подробна оценка на отрасъла, като откроява силните и слабите страни, възможностите и заплахите. Тези анализи са представили ценна информация за индустриалния пейзаж, пазарните условия, конкурентните сили и стратегическите съображения, свързани с подобряване на маркетинговите подходи и конкурентоспособност в сектора на международния товарен автомобилен транспорт. Като резултат от изследването, може да се посочи и анализа на маркетинговите дейности по време на пандемията COVID-19, който предлагат ценни сведения за устойчивостта и адаптивността на транспортните компании в отговор на външни влияния. Разработеният модел за прилагане на иновативни маркетингови подходи също е научен резултат, който демонстрира структуриран и систематичен подход за повишаване на конкурентоспособността в сектора на международния автомобилен превоз на товари. В дисертационния труд е направено и проучване за оценка на практическата приложимост на предложения модел, което повишава надеждността и релевантността на резултатите от изследването и осигурява обратна връзка от индустрията за потвърждаване на ефективността на прилаганите стратегии.

Относно приложните резултати в дисертационния труд, като такива могат да се посочат практическите препоръки към транспортните компании за прилагане на иновативни маркетингови подходи с акцент върху дигиталния маркетинг, сегментацията на клиентите и стратегиите за сътрудничество. Също и препоръките за повишаване на конкурентоспособността, позиционирането в отрасъла и устойчивия растеж превръщат научните резултати в приложими стъпки за транспортните предприятия за постигане на стратегическите маркетингови цели и постигане на дългосрочен успех.

В заключение, научните резултати от дисертационния труд демонстрират задълбочено разбиране на факторите, влияещи върху конкурентоспособността в международния товарен транспорт, и предоставят структурирани препоръки за подобряване на маркетинговите стратегии. Приложните резултати предлагат конкретни решения за предприятията за подобряване на пазарното им позициониране, ангажирането на клиентите и цялостната им конкурентоспособност в динамичната и развиваща се индустриална среда. Чрез комбинация от теоретичен анализ и практически прозрения дисертационният труд допринася за усъвършенстване на знанията и практиките в областта на икономиката и управлението на транспорта.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Основните научни приноси на дисертационния труд, включват разработване на нова методология и модел за прилагане на иновативни маркетингови подходи, които подобряват теоретичното разбиране и допълват съществуващата научна литература за

маркетинговите стратегии в международния товарен транспорт. Методологията на изследването, съчетаваща литературен обзор, казуси и анализ на проучвания, укрепва емпиричната основа на изследването и предоставя ценна референция за бъдещите изследователи в областта. Освен това дисертацията свързва теорията и практиката, като предлага практически препоръки, основани на солидни теоретични концепции. Разработените методология и модел служат, като практическо средство за мениджъри и практики в бранша, като предоставят приложими стъпки за прилагане на иновативни маркетингови подходи. Очаква се изводите от изследването да насочат успешното развитието на транспортните фирми и да подобрят тяхната конкурентоспособност на пазара.

По отношение на приложните приноси, дисертационният труд предлага практически идеи и препоръки за компаниите за международен превоз на товари за повишаване на тяхната конкурентоспособност, чрез използване на иновативни маркетингови подходи. Методологията и моделът, предложени в изследването, предоставят стъпка по стъпка насоки за компаниите да се диференцират, да привлекат повече клиенти и в крайна сметка да увеличат пазарния си дял и приходите си. Чрез прилагането на препоръчаните стратегии фирмите могат да идентифицират, привлекат и задържат клиенти, което води до подобряване на рентабилността и дългосрочните взаимоотношения с клиентите.

Като цяло дисертацията обогатява научното разбиране за маркетинговите стратегии в сектора на международния товарен транспорт и предоставя ценни идеи както за академичната наука, така и за практическото вземане на решения в тази област.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Публикациите на Ася Цонкова, демонстрират разнообразен спектър от теми, свързани с транспортния и логистичния сектор, включително управление на човешките ресурси, управление на риска, цифровизация, интернет на нещата и въздействието на COVID-19. Макар че, не всички публикации са пряко насочени към маркетинговите инструменти за повишаване на конкурентоспособността, тези публикации могат да допринесат колективно за цялостното разбиране на предизвикателствата и възможностите в отрасъла. Продължаването на изследванията върху пресечната точка на тези теми с маркетинговите стратегии, може допълнително да увеличи приноса на автора в тази област.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът, отговаря на изискванията и достоверно възпроизвежда съдържанието на дисертационния труд. Разработен е в обем от 49 страници, компютърно набран текст и е структуриран в четири основни раздела, които в максимална степен отразяват изследователската работа на докторантката. Справката за приносите отразява коректно и точно постигнатите научни и научно-приложни резултати.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Като научен ръководител, моите критични бележки бяха на по-ранен етап в процеса на разработване на дисертационния труд, но ще си позволя да отравя няколко препоръки, относно бъдещата работа на докторантката:

- ✓ Препоръчвам на докторантката да се запознае с най-новите тенденции в маркетинговите стратегии, като например маркетинг, основан на изкуствен интелект и устойчивите маркетингови практики, за повишаване на конкурентоспособността на транспортните компании в променящия се глобален пазарен пейзаж;
- ✓ Да търси възможности за съвместни изследвания с експерти от различни области, като например технологии и устойчивост или анализ на данни, за да включи интердисциплинарни перспективи в маркетинговите стратегии на транспортни компании, като насърчи иновациите и цялостните решения;
- ✓ Да проучи въздействието на регулаторните промени, търговските споразумения и политиките за опазване на околната среда, върху маркетинговите практики в сектора на международния товарен транспорт;
- ✓ Да провежда постоянни проучвания за ефективността на прилаганите маркетингови подходи във времето, като оцени тяхното въздействие, върху конкурентоспособността, задържането на клиенти и цялостното представяне на бизнеса с цел усъвършенстване на стратегиите за дългосрочен успех.
- ✓ Препоръчвам на докторантката да анализира устойчивите маркетингови практики, стратегиите за зелена логистика и да се запознае с рамките на корпоративната социална отговорност в контекста на международния товарен транспорт.

8. Заключение

Всеобхватното изследване на теоретичните основи, щателният анализ на конкурентоспособността на отрасъла и иновативното прилагане на маркетингови инструменти, показват отдадеността, познанията и изследователския усет на автора. Всичко това ми дава основание да предложа на уважаемите членове на Научното жури да вземат решение **„ЗА“ присъждане на образователната и научна степен „доктор“** по докторска програма „Икономика и управление“ (Икономика на транспорта) в професионално направление 3.8. Икономика **на Ася Григорова Цонкова**.

Дата: 07.04.2024г.

Подпис: